



1966 - 2016

50 años de música

Los
40

En imaginBank pronto cumpliremos un año...
¡Ojalá lleguemos a los 50 con vuestra energía!
¡Felicidades a Los 40 y a por otros 50 años de éxitos!





DISPONIBLE EN
Google Play

Consíguelo en el
App Store



Google Play y el logotipo de Google Play son marcas comerciales de Google Inc.

La apuesta por el talento



— EVA CEBRIÁN —

DIRECTORA DE CADENAS MUSICALES DE PRISA RADIO

EDITORIAL

Una joven y talentosa locutora llamada Olimpia Torres fue la primera verdadera DJ de LOS40, dando comienzo a todo un estilo característico que ha marcado la radio musical más importante de España, convirtiéndola en la banda sonora de todas las generaciones de los últimos 50 años.

Ha sido el talento y la forma de prescribir música lo que ha fijado el sonido de LOS40, cuyo ritmo y realización característicos han forjado nombres míticos como Joaquín Luqui, José Antonio Abellán, Yolanda Valencia, Juanma Ortega o Fernandisco, entre otros. Hoy comandan la nave personalidades como Tony Aguilar, Dani Moreno o Xavi Martínez. Ellos hicieron y hacen que cuando sintonizas LOS40 sepas que estás en tu radio. El talento de entonces y el de ahora siguen un hilo común, la pasión por la música y por las ondas.

LOS40 llevan cinco décadas adaptándose y creando tendencias sin dejar de ser líderes. El año 2016 está siendo espectacular en nuestra historia. Aprovechando nuestro 50 aniversario, nos embarcamos en una de las aventuras más apasionantes de la radio: la transformación digital y global de LOS40. Los 50 son los nuevos 40.

En esta revista ponemos una mirada lúcida a lo que fuimos, a lo que somos y sobre todo a lo que queremos ser, la historia y el futuro de la radio musical.

Perder nuestro apellido (Principales) y rediseñar nuestro logo no significa un cambio de símbolo, sino el símbolo del cambio en el que nos vemos inmersos, convertirnos en una radio multimedia, global y multidistribuida, de entretenimiento e información de tendencias. Recuperamos el factor humano, el único que a nuestro juicio garantizará la supervivencia de la radio musical e incluso hará que vuelva a vivir una época dorada, como muchos

de nosotros recordamos, en la que nuestro papel como descubridores de talento era fundamental en la generación de cultura.

Afortunadamente, la radio es el medio de comunicación que mejor converge con las nuevas tecnologías. Nunca antes habíamos tenido tantas ni tan variadas posibilidades de transmitir nuestros contenidos y de diseñar un nuevo modelo de relación con el oyente. En las primeras fotos de LOS40, los DJs todavía llevan anudada una corbata, hoy llevan un móvil en la mano y están conectados a las redes sociales.

Los nuevos hábitos de consumo de música a través de las plataformas de *streaming* y la necesidad de un lenguaje audiovisual nos empujan irremediabilmente a una estrategia digital con el foco puesto en el vídeo y en el móvil. La imagen se ha convertido en la forma esencial de comunicarse entre los más jóvenes. Cambiamos nuestra forma de mirar, de entender la música, a los artistas y a la industria, y nos colocamos en el momento más interesante para iniciar una revolución, la de la apuesta por el talento.

Una radio que se apoya en tres ejes fundamentales: en la música, en el nuevo comunicador de LOS40 y en nuestra audiencia.

Una radio que potencia el rol de la prescripción y el entretenimiento y que crea una nueva conexión emocional con los oyentes/usuarios, que cada vez nos demandan acciones más sorprendentes y experiencias únicas e irrepetibles, estableciendo vínculos a través de nuestros programas, nuestras redes sociales, nuestros eventos y, sobre todo, nuestra música.

La radio del futuro, o el futuro de la radio, reside en el talento y la gestión que hagamos del mismo. ■



zalando

REGALA
ESTILO

Descubre una selección de
detalles únicos en [zalando.es](https://www.zalando.es)

La aventura en fotos
Imágenes poderosas,
simbólicas, emotivas
de nuestras primeras
cinco décadas. (pág. 13)

CONTENIDOS

7 colores que simbolizan la diversidad y la evolución de LOS40. Siete tonos para siete → →

1

GENTE 40

2

DETRÁS DE LAS ONDAS

3

HISTORIA

26

Hijos de LOS40

Estrellas nacionales y globales. El talento les viene de serie. Parte de su éxito, también de la radio.

70

Edificio con voces propias

Una familia (locutores), una vida (de locos) y un hogar (Gran Vía 32).

90

Qué música la de aquel año

1966-2016. Qué ocurría en la vida mientras sonaba aquel temazo.

40

Famosos y fieles

Paco León, Joaquín Reyes, Boris Izaguirre... Cómo nos escuchaban antes de ser quienes son.

86

Luis Merino

Segundo director de la emisora. Lo pasó pipa en la mayor "fábrica de éxitos y oyentes".

96

Evolución de tu aparato

Las edades de la radio: de las válvulas al transistor y a la era digital.

50

Joaquín Luqui, primer número 1

Hola, hola, hola. Con ustedes, el mejor. Antes que locutor, fan.

100

Muy fans de su 'look'

Leiva y Keith, Gaga y Naranjo, Abraham y Justin... Parecidos de música y pintas.

58

Vente de fiesta...

...a la megafiesta de LOS40 Music Awards, los 'top' del pop en español.

62

Yo descubrí a esa estrella

Talento para oler el talento puro. Los genios detrás de los artistas.

66

Rafael Revert

Primer director, padre de la criatura y del pase mágico: la pasión.

110

Javier Pons

El tercer director tuvo la visión de LOS40 libres de etiquetas, la radio global que somos hoy.

bloques que te guiarán a través de este especial aniversario.

4

EL FENÓMENO FAN

5

LA LISTA

6

EL PODER DE LOS40

7

FUTURO

114

Sufrimos de placer

Bombas de hormonas, tumulto adolescente, o gritos o suspiros. Sin los fans no seríamos.

122

¿Llevas el kit de concierto?

Ropa, complementos y 'gadgets' para ir a un directo como dios manda.

124

La radio, esa red social

Siempre lo fue. Y ahora también en Musical.ly y Snapchat, en 'likes' y tuits.

130

Atención: así hacemos la lista

Te revelamos el secreto, cómo se organiza el sprint hacia la cima.

136

2.600 semanas principales

'Ranking' de permanencia, éxitos fugaces y eternos, duelos y hasta listas imposibles.

146

A otra cosa, mariposa

Vigilantes, predicadores, pilotos y poetas que una vez fueron número 1.

152

La gran fábrica de directos

Diez escenarios míticos. Diez conciertos que nos dejaron atónitos y afónicos.

162

Indies: Política de puertas abiertas

No a la etiqueta "indie VS comercial". Si el tema es bueno, te lo ponemos.

166

Hasta la música y más allá

Programas que no pinchan, pero pican. Lo pasamos bien de todas las formas.

170

El mundo se nos hace pequeño

10 países latinoamericanos, millones de oyentes y 'followers'. Somos la mayor radio global en español.

178

Presente de la radio futura

La revolución móvil, digital y multidispositivo nos pillará delante, no detrás.

180

'Radiotubers' no se oye, se ve

Un programa para partirse mirando el 'smartphone'.

182

Nueva horda DJ

Menos divos, más salvajes. Y alguno tan imberbe que no llega a 14 años.

188

Realidad de ciencia ficción

Sinestesia, 3D, biometría. Así será la música.

192

Toni Sánchez

Director del porvenir. Misión: que LOS40 cumplan años cada vez más jóvenes.

194

Augusto Delkáder

LOS40 no estarán para contarlo, sino para vivirlo: palabra de presidente de PRISA Radio.

EL EQUIPO

	PRISA RADIO Gran Vía, 32. 28013 Madrid
Presidente no ejecutivo	Augusto Delkáder
Consejero delegado	Andrés Cardó
Edita	PRISA RADIO ESPAÑA
Director general	Vicente Jiménez
Directora	CADENAS MUSICALES DE ESPAÑA
Director de contenidos, programas y estrategia digital	Eva Cebrían
Director de LOS40	Ricardo Villa Toni Sánchez
Realiza	PRISA REVISTAS LA FACTORÍA Valentín Beato, 48. 28037 Madrid Tel: 915 38 61 04
Director gerente	Óscar Becerra
Directora de operaciones	Marta Liarte
Directora de Cuentas	Mar Calatrava
Directora Editorial	Virginia Lavín
Subdirección	Darío Manrique Núñez
Redacción y Edición	Juan Pablo Zurdo
Dirección de Arte	Artur Galocha
Diseño	Blanca López- Solórzano y Pablo Abad
Edición gráfica	Paola Pérez (jefa) y Rosa García
Secretaría de redacción	Villarrubia Cristina Ortega
Consejo editorial	Eva Cebrían, Ricardo Villa, Toni Sánchez, Eva Velasco, María José Casado, Virginia Lavín, Darío Manrique Núñez, Miguel Ángel Bargueño, Xavi Sancho, Carlos Marcos, Iñaki de la Torre.
Colaboradores	Alfredo Arias, Miguel Ángel Bargueño, María José Casado, Fátima Cayetano, Cova Fdez, Ana Galvañ, Ximena Garrigues y Sergio Moya, Beatriz Hernández Viloria, Carlos Moral, Carlos Risco, Rubén Romero, Luis Rubio, David Sánchez, Mario Suárez, Ángel Luis Sucasas, Álvaro Valiño, Alberto Vila.
Producción	ASIP
Director	Enrique Sánchez
Equipo	Amparo Castillo, Rubén Villatoro
Impresión	Rivadeneyra
Depósito legal	M-39610-2016
Publicidad:	PRISA BRAND SOLUTIONS
Directora comercial	Dulce García / dulce@prisabs.com
Subdirectora comercial cadenas musicales	María Pilar Caloto / mapic@prisabs.com
Coordinación	Mayka Caro y Estefanía Arroyo/ elpaismadrid@prisabs.com



LA PORTADA

El colorido y lisérgico estilo de Ana Galvañ es perfecto para ilustrar la loca fiesta 40 de nuestra cubierta.

 PlayStation VR

16
www.pegi.info

VIVE EL JUEGO

AOX
EXCLUSIVO PARA
PlayStation VR



MAKING OF



GENTE DE BUENA RADIO

En un solo y frenético día, Ximena Garrigues y Sergio Moya fotografiaron a todos los locutores de LOS40 por los rincones del templo de la música, Gran Vía 32 (Madrid), desde el hall a la azotea (léelo a partir de la página 70).



LETRA Y MÚSICA

Reunión de redactores, fotógrafos y diseñadores gráficos. Sobre la mesa, una lección de historia: las obras completas de *El Gran Musical*, revista pionera sobre el mejor pop y rock. Gracias por el máster.



TU COCHE ME SUENA

Los ingleses dicen "la radio es un asunto de coches". Así que fotografiamos a un grupo de oyentes de LOS40 sobre ruedas (página 46).



POR AHÍ VIENE CAMILO

Si das una vuelta por Gran Vía 32, fácil que te cruces con estrellas y mitos. Nos pasó con Camilo Sesto, encantado de hablarnos sobre su relación con LOS40 (página 30).



Innovation
that excites

TU FORMA DE MOVERTE
REFLEJA TU FORMA DE SER.



NISSAN JUKE DESDE 12.900 €*

Tu movimiento muestra tu actitud, tu personalidad y tu carácter. El Nissan Juke Fun Edición Limitada es el coche que te permite expresarte en movimiento. Es divertido y audaz, y está personalizado por dentro y por fuera con un llamativo color amarillo.

NISSAN JUKE FUN EDICIÓN LIMITADA
#ExpressYourMotion

DESCÚBRELO EN NISSAN.ES
Y RESERVA UNA PRUEBA DE CONDUCCIÓN

Consumo mixto: 6,0 l/100 km, Emisiones de CO₂: 138 g/km.

*PVP recomendado en Península y Baleares, incluye PFF, transporte, Nissan Assistance, descuento promocional, IVA e IEDMT que, para el mercado español, puede no ser aplicable a su Comunidad Autónoma. Oferta válida para particulares y autónomos que adquieran un nuevo Nissan JUKE Visia 1.6i 94CV (69 kW) manual, entreguen un vehículo usado a nombre del comprador y financien con Magic Plan 3D de RCI Banque SA, Sucursal en España. Importe mínimo a financiar 6.000 €. Permanencia mínima de 24 meses. Contrato de mantenimiento de 3 años (con límite de kilometraje). Las revisiones incluidas son las estándar según el Libro de Garantías y Certificado de Mantenimiento. Quedan excluidas Flotas y empresas. Oferta no compatible con otras campañas y válida hasta el 31/12/2016. Para más información acude a tu concesionario más cercano. Modelo visualizado: Nissan Juke Fun Edición Limitada.

FELICIDADES



MARCOS TEJEIRO

“En el trabajo y en la cocina no se puede lograr la excelencia si no se pone en ello el corazón.”

Nuestro Account Director es un gourmet, le fascina la cocina de calidad, de buen producto y elaboración cuidada.

Y este mismo empeño es el que pone a la hora de trabajar para sus clientes. Entusiasta de su trabajo, busca siempre la excelencia en todo lo que hace. Sus estrategias “fusión” combinan lo mejor de la comunicación tradicional con las propuestas más innovadoras y las nuevas disciplinas, de una manera totalmente integrada y en un solo plato.

Así es Marcos, todo corazón para alcanzar el mejor resultado.

La mejor manera de conocer Zenith es a través de su gente.

UNA MIRADA DIFERENTE

Síguenos en blogginzenith.zenithmedia.es



Zenith
The ROI Agency



ZOOM

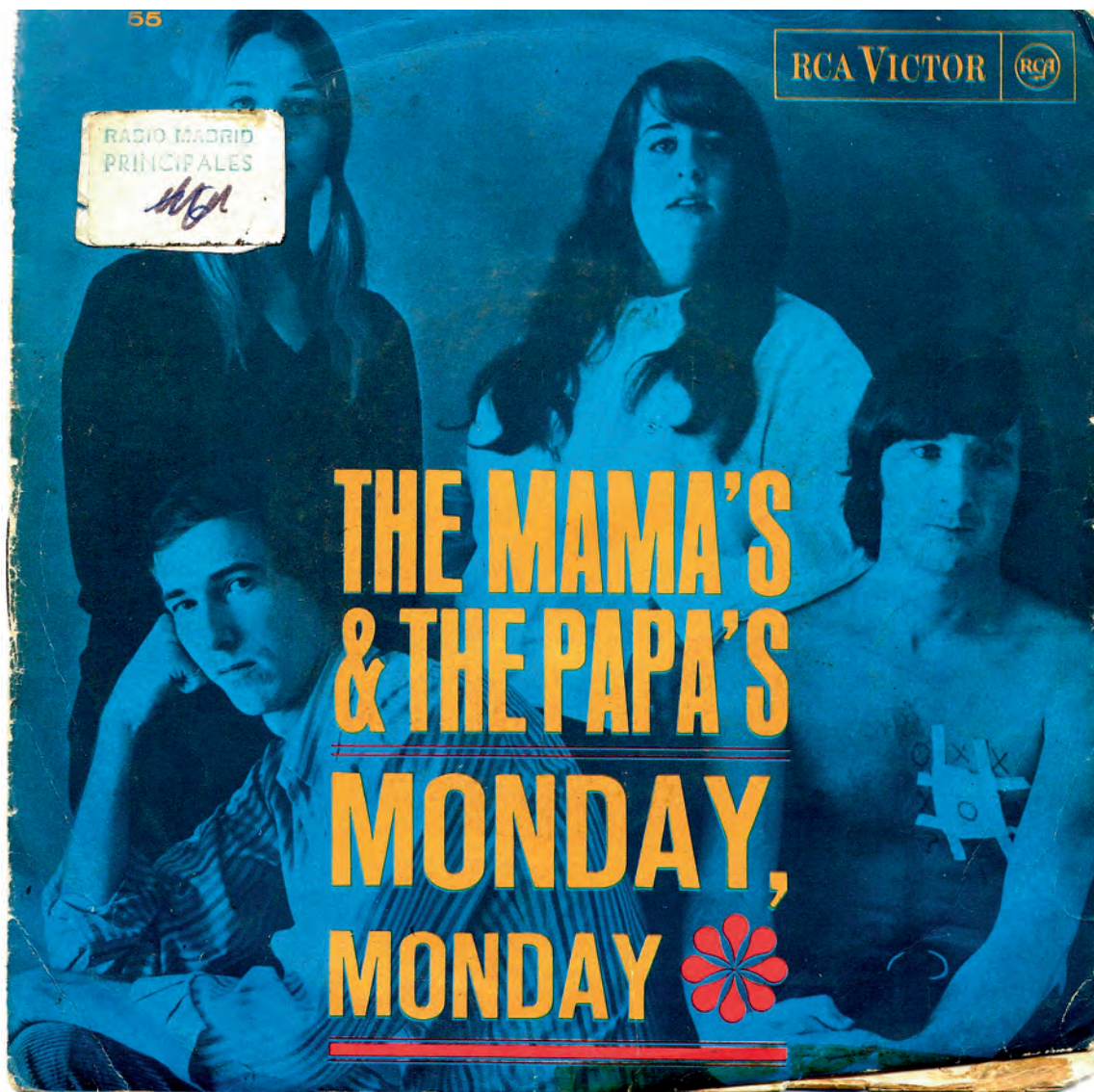
50 AÑOS DE ÉXITOS EN IMÁGENES

Texto de Iker Gálvez

60's

EL MISMÍSIMO PRIMER NÚMERO 1

El 18 de julio de 1966 se estrena *Monday, Monday*, de The Mama's & The Papa's, como primer número 1 de Los 40 Principales. Este single hoy ajado –una edición española con una portada diferente a la del resto del mundo– es exactamente el que se pincha aquel día, sacado de la discoteca de la emisora.



70's

DOMINGOS DE CONCIERTO

En la década de los setenta LOS40 empiezan a salir de los estudios de la radio y se hacen carne... y música en directo. Las matinales dominicales de *El Gran Musical* muestran durante muchos años en su hábitat natural a las mayores estrellas del pop-rock español, como Miguel Ríos.



energía crea energía



Galp es un operador integrado de energía con una presencia diversificada en los sectores de petróleo, el gas y la electricidad, con actividades de explotación, producción y distribución por todo el mundo.

Galp es una compañía que entiende que la protección del medio ambiente, la seguridad y la salud de la sociedad son valores esenciales para la sostenibilidad. Y asume el compromiso de incluir la seguridad, la salud y el medio ambiente en la estrategia y en las actividades de la empresa.

Tu energía crea más energía.

80's

DE MCCARTNEY AL CIELO

El 8 de junio de 1989 se estrena el flamante estudio principal de LOS40, y el encargado de quitar el papel de regalo es Paul McCartney, que en la imagen aparece junto a Luis Merino (entonces director de programas de Radio Mediterráneo), Carlos López (de EMI, discográfica del exbeatle) y Joaquín Luqui.



Paco García Campoy



CONECTAR. SUBIR EL VOLUMEN. ACELERAR.
ENHORABUENA POR ESTOS 50 AÑOS DE BUENAS VIBRACIONES



CARAT REDEFINING MEDIA

#1 RECMA 2015
GLOBAL NETWORK
2013, 2014, 2015

AGENCIA DEL AÑO
REVISTA ANUNCIOS
2015

A+ RECMA COMPITCHES 2016
Única agencia española A+ en concursos

CARAT
www.carat.com

The #1 Global Media Agency Network, at the latest RECMA's Qualitative Network Diagnostics report

CARAT MADRID
Glorieta del Mar Caribe, 1, 28043, Madrid
tel.: +34 91 353 62 00

CARAT BARCELONA
Avda. Diagonal, 601, 08028, Barcelona
tel.: +34 93 365 44 00

90's

SOLO LOS40 PODÍAN CONSEGUIRLO

Parece el fondo de un estadio, pero es el edificio donde se ubican los estudios de LOS40, en la Gran Vía de Madrid, año 1993. Lo que cuelga son los listados con los siete millones de llamadas recibidas en un concurso que regala un coche al día. En la pancarta, un mensaje rotundo: "Sólo LOS40 podían conseguirlo".



Oferta válida hasta el 05/01/2017. Precio de venta recomendado en el establecimiento que lo publicite para dos gafas de sol de la colección mó SUN ONE sin graduación, resto de colecciones consultar en el establecimiento. No acumulable a otras ofertas o promociones.



Regala
sol

2 gafas sol
mó SUN ONE

49€

mó

:diseñadas para vivirlas_sólo en **MULTIÓPTICAS**

Más de 1000 modelos

00's

135.000 LOCOS CANTANDO

El Canto del Loco, Pereza y M Clan actúan en el Fórum de Barcelona, septiembre de 2006. Celebran a la vez el 40 aniversario de LOS40 y las fiestas de la Mercè. Acuden 135.000 personas y no fueron más porque no cabían, la policía tuvo que cortar los accesos. Así muestran el músculo de unos 40 Principales que desde hace décadas son uno de los mayores promotores de conciertos en España.



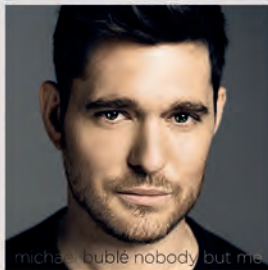
ESTA NAVIDAD, DIFRUTA DE LA MEJOR MÚSICA CON LOS ÚLTIMOS LANZAMIENTOS

LA CULTURA DEL REGALO

2016



VANESA MARTIN
"MUNAY"
CD: 17,50€



MICHAEL BUBBLE
"NOBODY BUT ME"
CD: 18,99€
LP EXCLUSIVO: 21,99€



LEIVA
"MONSTRUOS"
CD: 14,99€
LP: 20,99€



LITTLE MIX
"GLORY DAYS"
CD: 14,99€



BRUNO MARS
"24K MAGIC"
CD: 17,50€
LP: 21,99€



DAVID BISBAL
"HIJOS DEL MAR"
CD: 14,99€



ROBBIE WILLIAMS
"THE HEAVY ENTERTAINMENT SHOW"
CD: 12,99€
CD+DVD: 14,99€



MELENDI
"QUÍTATE LAS GAFAS"
CD: 14,99€



LOS NÚMERO 1
DE LOS CUARENTA
CD: 17,50€

10's

EMOCIONES SIN FIN

El nuevo logo de LOS40, creado por el estudio londinense Gold Mercury International, representa con sus cintas multicolor la conexión entre culturas, la diversidad y el entretenimiento sin fronteras. Algo muy idóneo para una radio presente en 11 países (pronto serán 13) y con cinco millones de oyentes.



Ximena Garrigues & Sergio Moya

TIENES QUE VENIR AQUÍ

y disfrutar del lado brillante de la vida



GENTE 40

1

<i>LOS40 cambiaron mi vida</i>	26
<i>Famosos y fieles a una frecuencia</i>	40
<i>Joaquín Luqui, primer número 1</i>	50
<i>La gran fiesta de LOS40 Music Awards</i>	58
<i>Yo descubriré a esa estrella</i>	62
<i>Rafael Revert, el padre de la criatura</i>	66

LOS 40 ME CAMBIARON LA VIDA

Artistas: el sol alrededor del cual gravitan LOS40. Pero la radio también ocupa un papel central para ellos como oyentes y como músicos. Recuerdos y sensaciones de la élite del pop español.

Textos recopilados por
Beatriz H. Viloria



DAVID OTERO
@davidoteromusic

«La primera vez que sonamos en LOS40 fue una fiesta, con gritos y llantos de emoción en la furgoneta»

Estábamos todo el grupo [El Canto del Loco] y sabíamos que entre las 13:00 h y las 13:30 Aguilar iba a pinchar *Pequeñita*. Paramos en una gasolinera y nos quedamos ahí esperando. Cuando la puso... ¡fiesta: gritos, lloros...! ■■



SWEET CALIFORNIA
@swtcaliforniaoficial

Las tres estábamos en casa, de la mano y llorando como niñas pequeñas. Sentíamos que cumplíamos un sueño. Así escuchamos nuestro primer tema en LOS40. ■■

ALEJO STIVEL
@alejostivel

«Mi vida (tanto la musical como la otra) está tan ligada a LOS40 que puedo asegurarlo: soy un producto suyo»

NO ES NORMAL, ES BRUGAL



Disfruta de un consumo responsable. 38°



MIGUEL BOSÉ
@miguelbose

**«LOS40 son la radio
que me ha acompañado
toda la vida, tiene
mucho que ver en mi
carrera»**

Mi primer número 1, con *Linda*, casi me provocó un infarto, era impensable para mí. Pero sé que para LOS40 también fui importante, porque cuando empecé necesitaban ídolos y éxitos. Soy el único artista español que ha tenido números 1 en cuatro décadas, desde los setenta. Estoy encantado de tener ese título, es un honor. ■



△ BLUE 449
OPTIMEDIA

THE OPEN SOURCE MEDIA AGENCY
info@blue449.es

**MORAT**

@moratbanda

Es una de las emisoras que marcan las tendencias, así que oír por primera vez nuestra canción en LOS40 es alucinante. ■

ABRAHAM MATEO

@abrahammateomus

«Cuando pienso en LOS40 me acuerdo de mis amigos en la playa. Me mola»

**AURYN**

@aurynweare

Uno de los momentos más bonitos ha sido escuchar nuestra canción *Don't Give Up My Name*, la puso Tony Aguilar. Y conocer a Tony, un tío que impone porque lleva toda la vida en la radio. ■

ROSANA

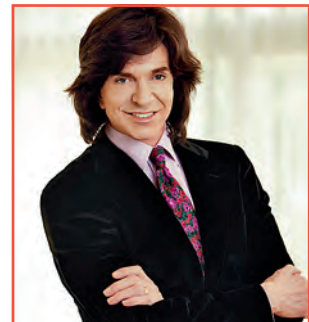
@rosanaarbelooficial

«Cuando me oí pensé que me había dejado puesto el CD en el coche. Al ver que era la radio y sonaba en LOS40, casi me estampo»

**BEBE**

@labebeypunto

«La primera vez que escuché 'Malo' estaba en un taxi: agradecí estar sola y disfrutarlo de esa forma tan especial»

**CAMILO SESTO**

LOS40 son parte de mis principios. Somos dos enamorados. Además, según mis últimas noticias, soy el que más semanas ha sido número 1, eso también me hace sentirme muy agradecido. ■

#31 SERVICIO DE RECOGIDA Y ENTREGA DE TU COCHE.



POR EL PRECIO DE UN TERCEROS,
EL SEGURO CON TODO.

902 123 027

Una compañía
bankinter.



lineadirecta.com

Sujeto a disponibilidad en la red de talleres colaboradores de Línea Directa. Consulte nuestra red de talleres colaboradores en www.lineadirecta.com

FANGORIA

@fangoriaoficial

«No hay nada comparable en difusión a LOS40: los éxitos los sigue haciendo la radio»

Alaska: "Mi recuerdo principal de LOS40 es Joaquín Luqui. Yo recuerdo oír *Heart of glass* de Blondie estrenada por él, el *Quadrophenia* de The Who contado por él, puso *Space Oddity* de Bowie, que no era una novedad en aquel momento. La primera vez que escuché *Jesucristo Superstar* de Camilo Sesto fue en LOS40... Me gusta esa radio en la que hay personas que te cuentan lo nuevo.

No hay nada comparable en difusión a LOS40. Estamos en el siglo XXI y ya sé que todos piensan que lo de las redes sociales e Internet es muy importante, pero lo que sigue marcando que una canción sea un éxito es la radio. No sé lo que te contaré dentro de 15 años, pero hoy los éxitos los sigue haciendo la maravillosa radio". ■■





DANI MARTÍN

@_danimartin_

**«Si sueñas en LOS40,
en el barrio eres el jefe»**

Si pienso en LOS40 me viene la imagen de Joaquín Luqui. Luego le pude conocer y tuve con él una charla preciosa, me la guardo. En LOS40 descubrí a artistas que me han marcado, como Los Ronaldos, me grababa sus canciones en cintas junto a las de *Hombres G* o *Veneno en la piel*, de Radio Futura. LOS40 son el sueño de todas las bandas: si sueñas allí, en el barrio eres el jefe. ■



¡ENHORABUENA POR 50 AÑOS
DE BUENA MÚSICA!



LEIVA
@leivaoficial

«Escucho LOS40 mientras cocino. De adolescente lo hacía en el radiocasete que tenía mi hermano en la litera de arriba»



FURIOUS MONKEY HOUSE
Cinco niños y un mono
@furious_monkey_house

Niños: Nos gustan desde siempre, y sentimos mucha felicidad cada vez que nos escuchamos.

Mono: "Tío, ¡que soy yo ese que está sonando en LOS40! ¿No te lo crees? ¿Me haces un descuentito?". ▮▮



CHENOA
@chenoa

«Gracias a LOS40 apadriné a una vaca llamada Rosaura, con unos pestañones de infarto»

MANUEL CARRASCO
@manuelcarrasco

«Ya con mis primeros sueños de triunfar en la música sabía que sonar en LOS40 era lo máximo»



CARLOS JEAN
@carlosjeanofficial

De pequeño me tiré concursando mucho tiempo para conseguir una entrada para un concierto de Michael Jackson (que no conseguí) y también mandé una maqueta para poder llegar a ser locutor (y no lo conseguí). ▮▮



UN PLACER DE ESTE MUNDO



TODOS
NUESTROS
PRODUCTOS

Sin Huevo

Sin Gluten

HAY OTROS PRODUCTOS,
PERO NO SON FACUNDO

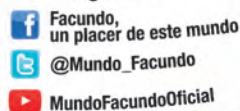


FACUNDO BLANCO S.A.U.
Carretera de Becilla, Km. 1
34340 Villada - Palencia - España
T: 979 84 40 14



www.facundo.es
www.mundofacundo.es

Síguenos:



**AMARAL***@evaantartida (eva amaral)*

«Para nuestros padres, escucharnos en LOS40 fue la constatación de que nuestra música llegaba a la gente»

Para ambos fue especialmente impactante escuchar *Smells Like Teen Spirit* de Nirvana por primera vez en LOS40. La melodía de aquella canción y la energía se grabó en nuestro subconsciente.

En cuanto a la primera vez que sonamos en LOS40, nos hacía especial ilusión que nos escucharan en casa nuestros padres. Para ellos el hecho de oírnos sonar en una gran cadena de radio era la constatación de que nuestra música estaba llegando a la gente. Ninguna de nuestras familias veían muy claro eso de querer dedicarnos a la música... II

NUNCA HAS TENIDO UNA BIENVENIDA ASÍ



TÚ ELIGES
EL IMPORTE



TU DINERO
EN 15 MINUTOS

0%*

SIN INTERESES
NI COMISIONES

SOLICITA TU PRÉSTAMO YA

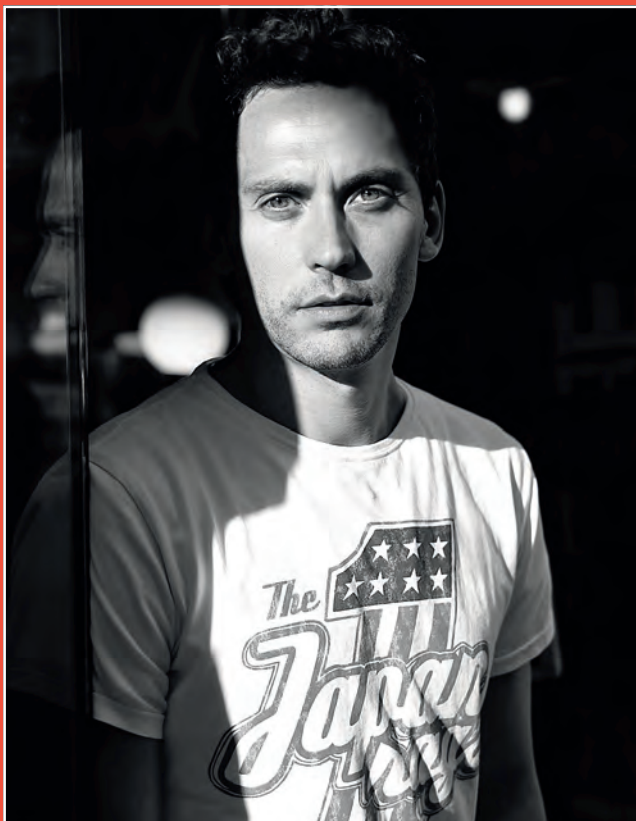
 | **900 816 060**  | **VIVUS.ES**

*Oferta exclusiva para 1er préstamo: TIN 0% TAE 0%. Máximo 300€ para 25-75 años y 200€ para 21-24 años.
Plazo máximo devolución: 30 días en una sola cuota. Sujeto a aprobación Vivus Finance S.A.U. Más información en vivus.es

PARA VAGAR, BAILAR O HACER EL GANSO EN PIJAMA

En la piscina, mientras finges que preparas un examen, en el coche o caminando como un egipcio en pijama... LOS40 son la banda sonora diaria de muchos famosos.

Textos recopilados por
Mario Suárez



PACO LEÓN

Le pirraba bailar

«Fui fan del concurso de baile de LOS40 en época de la revolución 'Dirty Dancing'. Una amiga mía muy heroica se presentó»



RAQUEL CÓRCOLES

Ilustradora fanática

"A los 15 años era una fanática. Cuando sonaba un temazo me lanzaba como una loca sobre el REC para completar mi cutre-recopilatorio-casero en casete. Pero la voz del locutor siempre se colaba. ¡Yo os maldigo, locutores que pisáis mis canciones favoritas!"



AMAYA VALDEMORO

De triple en triple

"¿Quién no escucha LOS40? En el coche siempre pongo a Dani Mateo o Tony Aguilar. Pero lo que más me gusta de LOS40 es que promocionan la música española y apuestan por el talento joven".

PABLO IBÁÑEZ

El Hombre de Negro en 'El hormiguero'

«Nada más despertar pongo LOS40 en el móvil para animarme. A pesar de mi fama, me encanta la alegría»



TE VAN A OIR

Muchos hablan, pocos escuchan

(())
hello
media radio

TORRE EUROPA. PASEO DE LA CASTELLANA, 95
28014 MADRID. 902 333 654 WWW.HELLORADIO.ES



BIBIANA FERNÁNDEZ
Llamadme Lady Champagne

**«Hice un montón
de promoción
en la emisora,
no salía de allí»**

¡Cumpló más años que Los 40 Principales! Son más jóvenes que yo, 50 años los cumple cualquiera ahora. Siempre recuerdo cuando salió mi primer gran éxito musical, *Call Me Lady Champagne*, y por entonces estaba el programa *Superbaby* en la radio, con José Antonio Abellán. Hice un montón de promoción en la emisora, no salía de allí. Ahora sigo escuchando LOS40, pero ya desde mi casa, soy una fiel seguidora.

¿Cómo pasar de cantar en la ducha a darse un baño de masas?

- Carrefest Music Talent, el concurso musical de Carrefour que ayudó a encontrar nuevos talentos.
- Carrefest 2016: el concierto gratuito en el que los teloneros los elegías tú.
- Morat y Los Zigarros fueron los cabezas de cartel.

Por segundo año consecutivo, Carrefour y su agenda de ocio para jóvenes itsfridaycarrefour.es han puesto en marcha iniciativas vinculadas con la cultura y las pasiones de su público más joven.

Carrefest Music Talent.

Un concurso que fue acogido con gran éxito. Más de **600 jóvenes artistas y bandas** con un tema propio se inscribieron en el talent. Los participantes subieron sus canciones a la web y consiguieron votos a través de sus redes sociales. Además, la organización puso a disposición de los artistas su Music Truck, un espectacular estudio de grabación profesional rodante que recorrió Madrid, Bilbao, Barcelona y Sevilla.



LOS ZIGARROS EN LA INAUGURACIÓN DEL MUSIC TRUCK

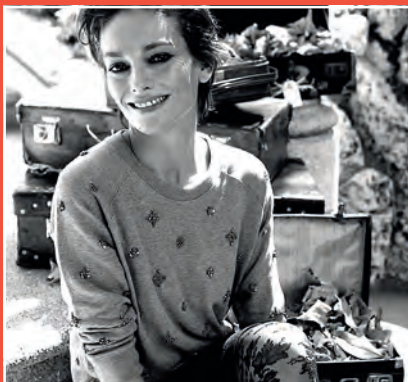
Tras el roadshow, comenzaron las votaciones. El gran público y el jurado pro, compuesto por **Universal Music, Spotify, 40 Principales y Carrefour**, seleccionaron al ganador y a los dos finalistas. “Emmet”, “Divans” y “Guillermo Alvah y los predicadores”, respectivamente.

¿El premio? Convertirse en auténticas estrellas tocando ante más de **3.400 personas** en **Carrefest 2016**, y compartir escenario con bandas de la talla de **MORAT** y de **Los Zigarros**.



MORAT TOCANDO EN CARREFEST, QUE SE CELEBRÓ EN EL CARREFOUR DE MÓSTOLES



**LAURA PONTE***Modelo... de oyente*

Fue y es lo que más oigo, los llevo siempre en la cabeza. Mi primer acercamiento a la música, que grababa en casete. ¡A seguir dando ejemplo... con buenos temas!

MANUEL BURQUE*Actor y humorista, no sabio*

«Siempre pensaba que estaba dirigido por un instituto de sabios que elegían a los grupos»

**BORIS IZAGUIRRE***Bienvenido a tu casa*

"Cuando llegué a España no dejaba de escuchar 'Desesperada', de Marta Sánchez. Me hice muy fan de ella y de la emisora»

**DAVID TRUEBA***Alumno melódico*

En mis años de universidad, cuando tantas veces me quedaba a estudiar por la noche, siempre me ponía de banda sonora Los 40 Principales. Esperar la lista de cada semana era todo un acontecimiento, y sobre todo me gustaban los *jingles* que utilizaban.

**ESPIDO FREIRE***Adolescente disidente*

En mi casa escuchaban otros programas, así que descubrí LOS40 en la piscina pública, a los 11 o 12 años y en plena Movida. Para mí aquello fue una revolución.

JOAQUIN REYES*Humor por la música*

«LOS40 son bailar 'Walk Like an Egyptian' con mi hermana, en pijama de flores acampanado»

TALLER DE RADIO

FELICITA A
POR
ESTOS



50

AÑOS DE MÚSICA
AÑOS DE RADIO



TALLER DE RADIO
LA AGENCIA DEL MEDIO RADIO

MADRID · BARCELONA · ANDALUCÍA · GALICIA · PAÍS VASCO

www.eltallerderadio.com

LOS40 SOBRE RUEDAS

Siete oyentes de la emisora de diferentes generaciones subrayan la importante relación entre la radio y el coche. ¿Conclusión? Se llevan de maravilla.

Fotos **Luis Rubio**

Nos atrapa un atasco, extendemos la mano para poner la radio y escapar del infierno exterior y... ¿no hay radio? ¡Imposible! La radio es consustancial a conducir desde que en los años treinta algunos coches empezaron a llevar receptores (no muy manejables: una Philips de 1937 pesaba 24 kilos e iba atornillada al suelo). Hoy, casi convertidas en ordenadores digitales con mil funciones, aún nos sirven para alcanzar el nirvana *on the road*, ese momento en el que el locutor da en el clavo y pone justo la canción que necesitas escuchar. Relájate, sube el volumen, disfruta. ■



Si hago viajes largos, la radio me acompaña siempre. Y si paso por una zona donde no se coge bien, no hay problema: pongo en el móvil el podcast de *LOS40 Trending* y a vivir. (Artur, 33 años)



LOS40 me alegran la vuelta a casa desde el trabajo, sobre todo si pinchan algunas de mis canciones favoritas del momento, como *24k Magic*, de Bruno Mars, o *Sincericidio*, de Leiva. (Sara, 26 años)



Es difícil encontrar algo positivo en medio de un atasco, pero si llevo puestos LOS40 al menos me endulzan el rato. (Pablo, 40 años)

¿Mi canción favorita de la lista para conducir? *Carreteras infinitas*, de Sidonie, claro. (María, 31 años)





Voy muchos fines de semana a Gijón haciendo *carsharing* y LOS40 son la emisora que provoca unanimidad entre los que vamos en mi coche: a todos nos gusta. (Mariano, 30 años)

Me parto yo sola conduciendo cuando voy a trabajar y escucho el concurso de *Anda ya* en el que los adultos tienen que superar un examen de sexto de primaria. (Amy, 26 años)

Me encanta cuando voy al colegio por la mañana y en LOS40 suenan *Let me love you*, de DJ Snake y Justin Bieber, o *Caos*, de Malú. (Arancha, 12 años)

Texto de **Alberto Vila**
Foto de **Ricardo Martín**

Joaquín





Luqui

Probablemente, en el cielo con diamantes

Y

a lo decía Alejandro Sanz en el prólogo del libro *3, 2, 1... tú y yo lo sabíamos* (Aguilar, 2014): "Querido Joaquín, tú eras y siempre serás la *radio star* más grande que hemos tenido y el más sencillo, cercano, tierno, excéntrico y maravilloso de todos". Podría parecer que casi todo queda dicho con esas pocas palabras,

y sin embargo aún se pueden añadir muchos más calificativos a quien quizá haya sido el comunicador más popular y carismático que ha habido en la historia de LOS40.

Joaquín Luqui (Caparros, Navarra, 1948-Madrid, 2005) llegó a la Cadena SER en 1969 de la mano de Rafael Revert, director y fundador de LOS40. Joaquín ya había hecho sus primeros pinitos en la radio y venía precedido de cierta fama a nivel local. Revert recuerda bien cómo fue su primer contacto con él: "De Joaquín me habló por primera vez Paco de la Fuente. Me dijo que había un tipo muy bueno trabajando en Radio Requeté, en

De hecho, los únicos momentos en los que Luqui era capaz de perder los estribos y enfadarse de verdad con su interlocutor eran cuando éste era capaz de dudar de alguno de sus fetiches, aunque solo fuera de broma. Ay de aquel que no creyera que Paul McCartney era el Mozart del siglo XX. Ay de aquel que pusiera en duda el talento de Madonna, Michael Jackson o Freddie Mercury. La vehemencia con la que defendía sus convicciones entonces sorprendía a más de uno.

Luqui tenía algo que le hacía especial y diferente al resto de sus colegas. Según Revert, lo que le diferenciaba era "el amor a la gente, el amor al oyente, y también se diferenciaba por su forma de ser, su religiosidad". En efecto, la relación de Joaquín con sus seguidores era muy especial. Bastaba andar con él unos metros por Gran Vía para comprobar el grado de popularidad que había alcanzado. Unos le paraban para pedirle un autógrafo, otros para hacerse una foto con él, a menudo incluso venían a preguntarle por tal artista o tal disco. La palabra de Luqui era la palabra de Luqui, o sea, "3, 2 ó 1".

Como dice Revert, "era difícil encontrar tipos tan cariñosos y divertidos en el trato personal". "Pero yo también a veces le

Luqui sólo perdía los estribos cuando su interlocutor dudaba de alguno de sus fetiches. Ay del que no creyera que McCartney era el Mozart del siglo XX.

Pamplona, que hacía una radio muy desenfadada, en el estilo de la emisora pirata inglesa Radio Carolina, y me gustó la idea porque esa era la radio que yo quería hacer. Le llamé, le propuse venirse a Madrid y fue cuando me sorprendió diciéndome que sí pero que no era él solo sino que era él más José María Goñi, que era el técnico, el que le hacía los efectos especiales, etcétera. Yo no tenía presupuesto para los dos en Madrid, así que les mandé a Barcelona, donde sí hacía falta gente, y allí estuvieron rodándose Goñi y Luqui aproximadamente un año".

Ya en Madrid, Luqui comenzó inmediatamente a marcar un estilo propio de hacer radio en LOS40, consiguiendo tener unos espacios fijos en la programación de la FM o en los programas musicales que todavía se hacían en la onda media. Al respecto, habría que destacar muy especialmente el programa dominical *El Gran Musical*, que se hacía en directo cara al público. Allí, en esos directos, Joaquín se reveló enseguida como comunicador por su cercanía con el público, combinaba su pasión por la música con el respeto que reservaba a los fans. Y es que Luqui, además de poseer una voz inconfundible y una capacidad innata para comunicar, era también un fan convencido y convincente.

regañaba mucho, por ejemplo, por el estado caótico de su mesa de trabajo o por lo desaliñado que podía ir. Yo, cuando ya me cansaba, mandaba a que metieran todas sus cosas en cajas y se las enviaran a casa. Y cuando Luqui llegaba y veía su mesa vacía, se enfadaba como una mula aunque al rato se le pasaba. Ahora recuerdo aquel día que viajamos a Los Ángeles para asistir a la ceremonia de los Grammy. La invitación ponía claramente que el esmoquin era obligatorio y él se negaba. Fue toda una historia convencerle de que tenía que alquilar uno. Al final aceptó y se lo puso aunque la pajarita duró poco tiempo puesta. Yo le tenía mucho cariño porque Joaquín era un alma cándida".

Con el paso de los años, Luqui impuso un estilo de hacer radio difícilmente imitable, seguramente porque era demasiado personal. Él se inventaba aquellos latiguillos para calificar a los artistas que en boca de otros habrían sonado huecos y ridículos. ¿Se atrevió alguna vez alguien a decir en la radio *Morritos* Jagger sin sonrojarse? El apodo se lo había inventado Luqui y se convirtió con el paso del tiempo en marca de la casa. En todas partes del mundo a los Rolling Stones los llamaban, para abreviar, los Stones. Luqui impuso en España que se les llamara los Rolling y al final a nadie ➤



Fotos archivo de El Gran Musical

1973
JOAQUÍN LUQUI CON SU BATERÍA FAVORITO

El locutor, con Ringo Starr. Luqui adoraba a los Beatles y les dedicó un libro en 1977. De esta forma opinaba sobre la extraordinaria categoría del grupo: "¿Enviados de Dios? ¿Por qué ellos, precisamente ellos? Nunca en la historia de la música se dio un caso así... y siempre les estaremos agradecidos de lo que han dado, dan y darán a nuestras vidas Paul, John, George y Ringo".



A la izquierda, Joaquín Luqui en el estudio de LOS40 a principios de los setenta. Debajo, el locutor entrevista a los **Bee Gees** y le regala una botella de vino Paternina a su ídolo **Paul McCartney** en los estudios londinenses de Abbey Road, 1980.



► le extrañaba. Durante la ambigua moda del glam-rock, en pleno franquismo y con los censores en alerta estúpida, Luqui piropeaba en antena a David Bowie, Marc Bolan y compañía con la mayor naturalidad (y aparente ingenuidad). Las cosas de Luqui. Las cosas de un Luqui que, como subraya Revert, “era un tipo con una capacidad enorme para hacer éxitos y hablar a la gente”.

En lo que a su trabajo en la radio se refiere, Joaquín era una persona que se adaptaba inmediatamente a las necesidades y a las consignas que recibía. “Dirigir a Luqui no era nada difícil. Bastaba que se le dijera que íbamos a hacer esto o aquello para que enseguida cumpliera con su cometido”, subraya Rafa Revert. “Lo único que verdaderamente le costaba era poner en orden sus objetos personales e, imagino, arreglar su ropero”.

Y si antes escribí que Luqui era el fan número 1 de sus fetiches, su fetiche número 1 sin duda era Paul McCartney en particular –y los Beatles en general, por supuesto–. Les dedicó un libro titulado, muy a su manera, *Los Beatles que amo* (Nuevas Ediciones, 1977), en el que con pasión de fan decía todo aquello que a un fan le habría gustado leer de sus ídolos. En cuanto a Paul, habría muchas anécdotas que recordar pero hubo una muy especial.

Aunque tuvo una estrecha relación también con la televisión y la prensa escrita, fue ante todo un hombre de radio y ligado siempre a LOS40. Programas como *JL en FM*, *Fan Club*, *3, 2 ó 1* o el ya mencionado *El Gran Musical* permanecen imborrables en la memoria colectiva de este país. Desde allí impulsó la carrera de cientos de artistas nacionales e internacionales. Lo hacía con la mayor sencillez, poniendo un poco de intuición y siempre contagiando ilusión. Casi siempre acertaba. Por todos aquellos programas recibió al fin en 1998 el Premio Ondas a toda una carrera.

Volviendo al libro *3, 2, ó 1... tú y yo lo sabíamos* y al entrañable prólogo que escribió Alejandro Sanz, vale la pena extraer otra frase suya que sirve para calibrar una vez más al comentarista musical navarrico, el amigo que se nos fue demasiado pronto: “Si por mí fuera, pondría una estatua en Gran Vía, 32 con un pedazo de placa que dijera ‘Joaquín Luqui fue el corazón de la radio’”, afirmaba Alejandro. Es cierto y no sé por qué no se le ha ocurrido a nadie más antes. Joaquín fue el corazón de la radio, de sus 40 Principales del alma, un corazón muy grande que, para los que le conocimos y tratamos, nunca ha dejado de latir. ■

"Pondría una estatua en Gran Vía 32 con un pedazo de placa que dijera 'Joaquín fue el corazón de la radio'".

Nunca olvidaré aquel día de 1989, se iba a celebrar una rueda de prensa en el antiguo Palacio de los Deportes. El protagonista era un Paul que había venido para unos conciertos en Madrid y allí nos habíamos dado cita un buen centenar de periodistas y fotógrafos. En primera fila, por supuesto, estaba Joaquín. A la llegada de Paul, se hizo un gran silencio posiblemente motivado por la admiración que despertaba el personaje. Paul saludó con la mano, se sentó y, de pronto, advirtiéndolo que Luqui estaba ahí delante, se levantó, dio la vuelta a la mesa y se acercó a él para estrechar su mano. ¡Mayor reconocimiento se me antoja imposible!

Tampoco olvidaré aquel fatídico 9 de diciembre de 1980, temprano por la mañana, cuando supimos que un loco/imbécil había asesinado a John Lennon. Conmocionado por la noticia, intenté hablar aquella misma mañana con Joaquín, quizá para consolarnos mutuamente. Fue en vano. Nuestro amigo había desaparecido y no supe contactarlo hasta pasadas bastantes horas. “Posiblemente –pensé– está en estos momentos de rodillas, rezando, en alguna iglesia”. Porque era así, un ferviente creyente, con sus ritos y rituales bien arraigados.

FETICHES SAGRADOS

Durante toda su carrera, Luqui defendió a sus favoritos ante (y por encima de) cualquiera.

Michael Jackson: “Un genio. Nadie compone, canta, produce, baila y diseña sus vídeos, todo, como él. Además, con mirada de niño. Peter Pan existe, *of course*, y se llama Michael Jackson”.

Madonna: “Tiene una relación de felicidad mutua con sus fans. Ella se entrega al máximo y sus fans se entregan a ella. Es una innata aleccionadora de masas y, ante todo, artista”.

Los fans: “No hay que tomarse a broma el fenómeno fans. Ayuda a mantener viva la llama de la ilusión en miles, millones de nenas que confirman así el poder de la música”.





Gorka Lejarzaegui

1991 COMODÍSIMO EN EL CAOS

Sentado en su mesa de trabajo. "Cuando ya me cansaba, mandaba a que metieran todas sus cosas en cajas y se las enviaran a casa. Cuando Luqui llegaba y veía su mesa vacía, se enfadaba como una mula aunque al rato se le pasaba", recuerda Rafael Revert, entonces director de LOS40. En la otra página, desde arriba: Luqui entrega un disco de oro a **Supertramp**; recibe el **premio Ondas** de manos de **Iñaki Gabilondo** en 1998; con **George Harrison** y entrevista a **Joaquín Sabina** en 1994.

La gran fiesta del POP

El 1 de diciembre LOS40 Music Awards reúnen en el Palau Sant Jordi de Barcelona a la crema de la crema en el pop nacional e internacional de Dani Martín o Leiva a Juanes, Maná y Robbie Williams. La gran gala de los premios más importantes para la música en español: nuevo formato y espectáculo global en la nueva vida de LOS40.

Texto de Mario Suárez

1/ Una gala inédita en España

LOS40 Music Awards son la gran fiesta del pop en español en todo el mundo. "Después de organizar durante diez años Los Premios 40, y tras la transformación que estamos haciendo de la emisora y el cambio de imagen, queríamos que LOS40 Music Awards fueran el referente de la industria de la música en este país", cuenta Eva Cebrián, directora de las Cadenas Musicales de PRISA Radio en España.

2/ Music Inspires Life

El lema *Music Inspires Life*, que guía la nueva etapa de LOS40, fue clave a la hora de organizar la gala. "Sabíamos que este año los premios no debían ser como siempre, queríamos hacer unos galardones especiales, una gala de la que nos sintiéramos orgullosos, para ser vista todo el mundo", explica Eva Cebrián: "Pasará a la historia por reunir sobre un mismo escenario a músicos claves del pop internacional de las últimas cinco décadas".

3/ 18 categorías

Los premios se organizan en 18 categorías, algunas también inéditas como Artista/Grupo de Impacto en Festivales, o Artista/Grupo de la Crítica. Concepto interactivo: el público ha participado en las votaciones a través de los40.com y ha otorgado los premios a Mejor Canción Lo+40, Mejor Grupo o Artista Lo+40, Mejor Canción 40 Global Show e Influencer del Año. Por el 50 aniversario, también se ha creado la categoría Golden Music Awards, que reconoce las carreras de Robbie Williams, Michael Bublé, Juanes, Miguel Bosé, Maná, Shakira y Fangoria.

4/ La esencia: apoyar el talento

La emisora ha influido en la cultura musical y los gustos de cerca de tres generaciones consecutivas. Toni Sánchez, su actual director, asegura que "LOS40 son una marca que ha respirado la música en toda su amalgama de colores. Queríamos volver a nuestra esencia, el descubrimiento de artistas, de apoyo a los nuevos talentos. Somos una radio que ha ido contando el día a día de la música pop en España".

5/ Cobertura en redes sociales

Facebook, Facebook Live, Twitter, Instagram, Vine y Snapchat permitirán seguir la gala en directo. "La gala se concibe para tres públicos: los que están allí presenciándola, la televisión y las redes sociales", cuenta Ricardo Villa, director de Contenidos y Estrategia Digital de Cadenas Musicales de PRISA Radio. Habrá una *second screen* en paralelo "pensada para el teléfono móvil, donde se narra lo que está ocurriendo en el *backstage*", añade. Y ocho *top influencers* serán corresponsables de LOS40 en Snapchat

6/ Evento tamaño Springsteen

Más de 20 grandes artistas subidos a un mismo escenario y más de cien invitados internacionales. "A nivel técnico se puede equiparar a un concierto de estadio de Bruce Springsteen, Madonna o Beyoncé, a una gran gala internacional", cuenta Pascual Egea, comisario del 50 Aniversario de LOS40 y presidente de la Asociación de Promotores Musicales en España.



7/ Estrenamos trofeo

Contemporáneo y acorde con el logo de la emisora: el nuevo diseño del trofeo de LOS40 Music Awards. Sus creadores son Manuel Martín Baena y Mónica Escribano Perucha, expertos en diseño en 3D: “Estudiamos muy bien la nueva imagen corporativa de la cadena y nos vimos envueltos en ese mundo de cintas y lazos; de ahí sacamos la conclusión de que debíamos centrarnos en el 4 y el 0, todo gira alrededor de esos números. Pero los veíamos aislados, separados. Para que el trofeo tuviera entidad y cuerpo, decidimos que debían estar unidos, en un solo ser, como una pareja indivisible. No somos el 4 y el 0, somos los 40”. Después vinieron el boceto, la maqueta, versiones en 2D y 3D y una versión oro. El resultado: un trofeo que se visualiza como si estuviera en movimiento, como los valores de LOS40.



8/ Las cifras de LOS40 Music Awards

14



14 cámaras grabarán la gala. Varias sobre grúas y hasta un *spider* para lograr planos espectaculares.

90.000



90.000 vatios de sonido para hacer vibrar a los **18.000 asistentes**.

220



Iluminación: 220 aparatos móviles de última generación para todo el recinto.

160



Escenario activado por **160 motores**.

400 m²



400 m2 de pantallas de vídeo, el equivalente a la superficie que ocuparían 15 *Guernicas* de Picasso juntos. **Se retransmitirá por televisión a los 11 países** de la marca 40.

1.200 m²



El escenario medirá 1.200 m2, como casi tres canchas de baloncesto.

6



Seis días de montaje y 150 personas de seguridad en el Palau Sant Jordi de Barcelona. Más de **1.000 habitaciones de hotel** reservadas en la Ciudad Condal.

460



460 toneladas de material transportadas en **30 tráileres**. Un concierto de Bruce Springsteen moviliza 21 tráileres con todo el material.

30



¿Quién es ese genio detrás de la estrella?

Texto de

María José Casado

En esto de la industria musical, que una sola persona se atribuya el mérito de descubrir a un artista suele ser un atrevimiento. A todas y cada una de nuestras estrellas les salen montones de autonominados "padrinos". Pero de verdad existen productores, compositores, periodistas, A&R o discográficas cuyo talento para olfatear talento ha sido decisivo en el éxito de muchos grandes.

Servando, compositor de grupos

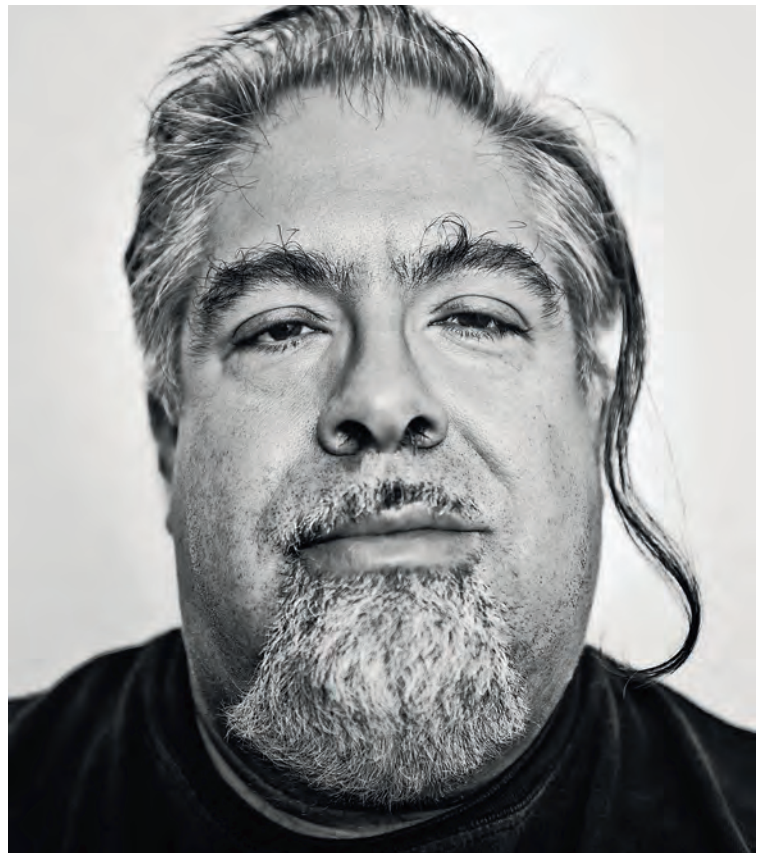
Hay casualidades que llegan porque sí y otras que se buscan. Cuando Mikel Erentxun, Diego Vasallo y Juanra Viles deciden unir sus talentos en Duncan Dhu, por suerte se les cruzan dos personas que cambiarían su destino. Una oportunidad que saben aprovechar. Todo lo demás se lo ganaron a pulso.

El periodista musical Ricardo Aldarondo les propone grabar una maqueta en los estudios de su emisora. Con ella llegan a Madrid, donde se la presentan, entre otros, a Servando Carballar, fundador del sello DRO (en la foto). Convencido de la valía de los donostiarras, Servando incluye dos temas suyos en *La única alternativa*, editado conjuntamente con GASA, que será finalmente la casa de discos que les fiche.

DRO, primer sello independiente de España, está detrás de los primeros pasos de Siniestro Total, Glutamato Ye-Yé, Gabinete Caligari, Loquillo y los Trogloditas, Los Nikis, Nacha Pop, Decibelios o Alphaville. La unión en 1989 de DRO, GASA y Twins –que conserva el nombre de DRO– da lugar a la mayor discográfica independiente de pop español, con 1.500 referencias. Los grupos nacionales pueden competir en igualdad de condiciones con los artistas internacionales gracias a profesionales como Carballar, que para entonces ya había creado un nuevo sello, La Fábrica Magnética. ■■

Foto de

Thomas Canet





Coca-Cola, el disco rojo y la botella. Contour son marcas registradas de The Coca-Cola Company.

**BRINDEMOS
CON COCA-COLA
POR 50 AÑOS MÁS**



SIENTE EL SABOR™



Foto de
archivo de *El Gran Musical*

Maryn  Callejo, poco conocida pero muy visionaria

Mujer en una industria en la que ellas, como mucho, eran intérpretes. Y de esa manera son sus comienzos. Pero Maryn  Callejo forma parte de la historia del pop nacional por ser la primera mujer productora. Pasa de pianista, voz y líder de Los Brujos en los primeros sesenta a producir con solo 19 años a Los Brincos. “En realidad, Maryn  era, en el trato con nosotros cuatro, como un Brinco más. Se ilusionaba con todo lo que hacíamos y su opinión era de gran importancia para todos nosotros. Durante toda nuestra carrera existió esta especie de simbiosis entre Maryn  y nosotros”, recordaba Manolo González, bajista de la banda, en la web *Pop Thing*. Ella, humilde, aseguraba que solo tuvo que “poner un poco de orden en las alocadas ideas del grupo” (www.mcnbiografias.com).

Desde el sello Zafiro se encarga de escribir las partituras de éxitos como *Flamenco*, *Un sorbito de champagne*, *Mejor o Borracho*, es asesora musical de la banda y contribuye al sonido con sus arreglos. El rotundo éxito de Los Brincos hizo que pusieran bajo su tutela a otros artistas como Los Relámpagos, Massiel y Juan y Junior.

En 1968 ficha por Polydor y lanza a Fórmula V. En poco tiempo arrasan en ventas y popularidad con *Tengo tu amor* y *Cuéntame*. Maryn  ya era considerada una de las grandes productoras del pop melódico español de los sesenta y primeros setenta. Aún quedarían por llegar muchas otras contribuciones a las carreras de artistas como Nino Bravo o Mari Trini. ■■

Sandro D'Angeli, héroe de Héroes

En los ochenta, las emisoras locales de Los 40 Principales apoyan de forma frenética la cultura local. Respaldan a todos los buenos artistas de cada zona para que se conozcan a nivel nacional. En Aragón, bandas como Más Birras, Días de Vino y Rosas –el primer grupo de Juan Aguirre–, Niños del Brasil, Puturr  de Fué o Los Intrusos precipitan un boom de grupos de pop-rock que actúan en salas como En Bruto o Azul Rock Café, donde una joven camarera llamada Eva Amaral intenta que los medios escuchen sus primeras composiciones.

Por entonces, la programación de Los 40 Principales llega desde Madrid con huecos reservados para el producto local, y la parrilla nocturna incluye espacios realizados por especialistas prescriptores que detectan a artistas con un futuro prometedor.

En aquellos años llegan las primeras maquetas de Héroes del Silencio a oídos de un joven Sandro D'Angeli –actual responsable de Marca y Nuevos Negocios de LOS40– que capitanea el equipo de Los 40 Principales de Zaragoza: “Los conocí en la noche zaragozana, en un concierto que dieron en la sala En Bruto, cuyo dueño era Nacho Royo, actual manager de Bunbury. Era el sitio donde nos conocíamos los artistas y los de los medios, all  les podías ver en directo y te entregaban sus maquetas”.

De la intuición a la certeza: “Organizamos el primero de los míticos conciertos que se hacen ahora cada año en el Paseo de la Independencia. Llevábamos a Puturr  de Fué como artista principal y decidimos incluir a los Héroes como teloneros. Teníamos curiosidad por ver cómo se manejaban... y ¡alucinamos! En las primeras filas había unos fans incondicionales volcados con ellos de una manera que no era normal. Tuvimos claro que algo podía pasar con Héroes”.

Animado por ese éxito, Sandro lleva a Madrid la maqueta para present rsela a EMI Hispavox. “La primera operación discográfica fue un maxi promocional que llevaba en una cara temas de Héroes y en la otra a Los Ronaldos. Lo lanzaron a modo de estudio de mercado solo en Aragón y se agotaron rápidamente. Te adjudicabas la responsabilidad de darles a conocer, formaban parte de tu ADN”. ■■

Manuel Illán cree en Pablo Alborán, y viceversa

“Tenía una voz aterciopelada muy bonita y me gustó su manera de relacionarse con la guitarra. Además, cantaba canciones de amor de una manera muy sencilla, consiguiendo que no resultaran  o as, algo muy difícil”.

Así recordaba Manuel Illán en una entrevista en la cadena SER emitida en 2014 la impresión que le causaron las primeras canciones de Pablo Alborán, que escuch  en Internet. “Lo primero que se tiene que hacer es enamorarse de ese artista”, asegura Illán, excomponente del grupo de los ochenta Esclarecidos. Y desde luego lo suyo fue un flechazo: le pidió una maqueta y tras escucharla le propuso trabajar juntos.

El camino no fue nada fácil, tuvo que escuchar muchas negativas: “Nadie daba un duro por él. Me decían ‘uffff,  qu  pereza, qué espanto!’”. Pero ya había escuchado eso antes con otros artistas a los que apoy  en sus comienzos como Diana Navarro, Ella Baila Sola, Hevia, Las Ketchup o Pastora Soler. “Nosotros cubrimos un espectro artístico que quizá no tenga la compañía. Una multinacional no tiene la cintura para aguantar cinco años un proyecto nuevo que hay que pulir y limpiar y que no sabes cómo va a terminar. Estás haciendo un trabajo minucioso de artesanía. Puedes tener entre tus manos un diamante pero hay que saber cortarlo, averiguar cuántas caras puede tener”.

La pasión de Manuel Illán por ese diamante en bruto se contagia en poco tiempo a toda España, gracias fundamentalmente a las redes sociales. El mundo entero fue descubriendo un artista y unas canciones fascinantes: “Internet nos permite en poco tiempo producir efectos que no somos capaces de imaginar. Esa es la gran frontera que existía antes y ahora nos posibilita estar en primera fila en segundos”. El resto ya es historia... ■



SEGUNDA GAFA GRATIS



Sólo EN Visionlab

2ª gafa completa con limitación de graduación +/-4 esfera +/-2 cilindro con lentes orgánicas sin tratamiento. Suplemento de 5€/10€ por lente para graduaciones superiores a +/-2 cilindro. Mejora de lentes abonando suplemento adicional. Modelos seleccionados para esta colección. Unidades limitadas. No se podrá acumular a otras promociones y/o bonificaciones.

VISIONLAB

www.visionlab.es

Él se inventó a la criatura



RAFAEL REVERT

*DIRECTOR DE LOS40
1966-1992*

"Oye chaval, ven para acá, quiero que me hagas un programa para los ye-yés". Así empezó el resto de su vida, 26 años al frente de la emisora. Se inventó el nombre –al principio no le gustaba–, se inventó el formato, se inventó el estilo, innovó un clásico y transformó el amor por la música en amor por los oyentes. Pasaron años de programa en programa sin descansar una jornada. ¿Con qué energía?: Su pasión y el encanto de humanos como Paul y Elton.

Ilustración de **Mauco Sosa**

"Los locutores sabían lo que quería la gente. Cuando volvían a su emisora defendían los discos que les gustaban. La transmisión de ese calor, la pasión, es lo que propició el boom de LOS40".

En 1966 yo trabajaba en Radio Madrid. Hacía el programa de *El Gran Musical* con Tomás Martín Blanco, que había empezado en 1961. También hacía la lista de los *Super-ventas* y el programa *Olimpiada musical*.

Un año antes el gobierno había obligado a todas las emisoras de Onda Media a tener su FM, pero al principio era residual, nadie la oía porque no había aparatos que pudieran sintonizarla. En la SER se puso en un rincón de la segunda planta, un estudio de 3 x 3 metros, y ahí empezó la emisión de Radio Madrid FM, que solo emitía música clásica y grandes orquestas en un principio. Hasta que llegó un día don Andrés Moret, que era el que llevaba aquello, me vio por un pasillo y me dijo: "Oye, chaval, ven para acá. Quiero que me hagas un programa para los ye-yés. Escribe un guión que lo mandamos a que lo aprueben a censura".

Me puse en la máquina de escribir, pimpam, y yo entonces era corresponsal de [la revista] *Billboard*, donde se publicaba el Top 40, así que pensé en traducirlo como 40 Principales, que no me gustaba mucho, pero como tenía que entregar el guión a toda velocidad pensé que luego lo cambiaría.

Empezamos a emitir dos horas al día, por la tarde, y lo hablaba un locutor fenomenal, mayor, Ángel Carbajo, que tenía una voz estupenda pero que de inglés no tenía ni idea, y cada vez que tenía que dar un título o intérprete en inglés era algo horroroso. A los dos o tres meses me dijeron que había llegado una chica nueva, muy joven, Olimpia Torres, y ella fue la primera disc-jockey que hubo. Yo le fui enseñando cómo tenía que hablar, que tenía que reírse, que tenía que vacilar, y fuimos haciendo el sonido de Los 40 Principales. Yo siempre les decía a los disc-jockeys que tenían que querer al oyente, que debían hablarle como a su novio/a o a su amigo/a.

Pasamos de dos horas a cuatro, luego ocho, después empezaron a entrar otras emisoras como Sevilla o Radio Mediterráneo en Valencia... Había un problema, que no existía la emisión en cadena. Entonces mandábamos los guiones y las cintas y cada uno hacía los programas en su emisora como podía.

La gran innovación del formato era la lista de 40 canciones, que además se repetía todos los días. Tenías la seguridad de que si te gustaba una canción la ibas a escuchar al día siguiente y al otro.

Entonces había programas musicales como *Discomanía*, de Raúl Matas, o los que hacía de jazz Pepe Palau, pero no había repetición como en LOS40, que creo que fue el verdadero acierto: la gente quería disfrutar de las canciones que le gustaban todos los días, nosotros hacíamos éxitos.

Para confeccionar la lista empecé con mi propio criterio, basándome en la lista de ventas y en las novedades que salían, pero luego empezamos a hacer encuestas en todas las emisoras los sábados por la tarde y la gente llamaba para pedir canciones. Al final de la tarde se hacía el resumen y eso me servía mucho. Después llegó lo más importante: empecé a convocar a los locutores de las emisoras de toda España cada martes. Venían 15 o 20 y lo que hacíamos era oír los discos nuevos y seleccionar lo que nos gustaba y lo que no.

Todos opinaban y se hacía lo que decía la mayoría. Ellos eran tipos jóvenes que vivían la música y estaban en contacto con sus oyentes, sabían lo que quería la gente. Y cuando volvían a su emisora defendían con calor los discos que les gustaban. La transmisión de ese calor, la pasión, es lo que propició el boom de LOS40. En un momento dado, llegamos a tener cinco millones y medio de oyentes.

A principios de los setenta ya se notaba la influencia que estábamos alcanzando y las compañías venían a convencernos de que

pusiéramos sus discos... Los conciertos de *El Gran Musical* eran un gran apoyo para LOS40: tú zumbabas el disco de un artista poniéndolo mucho y te lo llevabas luego a actuar. También tuvimos la revista del mismo nombre, que primero fue semanal y luego mensual.

Fue una buena época, hicimos cientos de éxitos, de gente como Mecano y Hombres G, en los que LOS40 fueron muy importantes. Hubo unos años en que yo trabajaba todos los días, no libraba ni uno: iba a la radio de lunes a viernes, los sábados viajábamos a hacer el *Superbaby*, programa infantil con artistas como Teresa Rabal o Enrique y Ana, y los domingos al *Gran Musical*. Igual el sábado estaba en Bilbao y el domingo tenía que estar en Sevilla...

A la hora de seleccionar qué canciones entraban en la lista o eran número 1, decidía la mayoría. Me empeñé solo dos o tres veces, y para equivocarme... Recuerdo una con Adriano Celentano,

que me gustaba muchísimo. Él no viajaba nunca, pero una vez consiguieron que viniera a Madrid para grabar en español la canción *El árbol de 30 pisos*. Yo fui al estudio a verle grabar y escuché la canción cuatrocientas veces, así que salí de allí pensando que iba a ser la leche. Lo zumbamos y fue un fracaso.

Pero, por ejemplo, a mí me gustaba mucho Elvis Presley, pero no lo puse nunca –a excepción de *In the Ghetto*, que fue un éxito– porque comprendía que no era de LOS40.

De todas las estrellas que conocí me sorprendió Paul McCartney. A finales de los ochenta, la SER decidió hacer estudios nuevos y yo llamé a EMI para ver si él podía venir a inaugurar el estudio principal de LOS40, pero me decían en la discográfica que imposible, que no podía. Pasa el tiempo y de repente un día me dicen que al día siguiente viene McCartney a Madrid. No estábamos nada preparados, ni siquiera habíamos acabado el estudio, estaba aún en obras. Así que deprisa y corriendo terminaron el estudio como se pudo, toda la noche trabajando... McCartney vino con su mujer, Linda, y fue absolutamente encantador... Cuando acabó la entrevista dijo que quería visitar la emisora, aunque estaba en obras, y fue saludando a los obreros y haciéndose fotos con todos los disc-jockeys, con todos.

Así que yo le pregunté que cómo era que no quisiera venir, primero, y que luego fuera tan majo. "Entenderás que yo no quería venir", me dijo, "pero si vengo tengo que ser un tío encantador".

Hay otra buena historia, de Elton John. Eran mediados de los ochenta, no recuerdo qué álbum había sacado, pero iban a entregarle un disco de oro y la compañía organizó una comida, con él y toda la gente de LOS40. Vino solo para esto. Fue en el hotel Villamagna de Madrid. Fernandisco le grabó una entrevista y cuando acabaron bajaron a comer. De repente, viene un técnico y me dice al oído que la entrevista no se había grabado... Elton John me vio la cara descompuesta y me preguntó qué me pasaba. Le conté que no se había grabado, y me dijo que se tenía que ir a Roma muy poco después, que le estaba esperando el sastre. Así que era comer o repetir la entrevista: sin pensarlo, dejó la comida, se subió, grabó otra vez la entrevista y se marchó sin comer. Otro ejemplo de profesionalidad. "He venido para hacer la entrevista, ya comeré", me dijo.

Después de 26 años como director de LOS40 me siento feliz, sobre todo, de haber hecho felices a millones de personas. Hay que pensar que, sobre todo en los sesenta, la gente joven no tenía muchas distracciones, solo el transistor... Era su mayor diversión, y jugamos un papel importantísimo. ■

"Les decía a los DJs que debían hablar al oyente como a su novio/a"

DETRÁS DE LAS ONDAS

Locutores en el templo de la música **70**
Luis Merino, el hombre que paró Madrid **86**

2



BIENVENIDOS A...

El templo de la música

Texto de
**Miguel Ángel
Bargueño**
Fotografías de
**Ximena Garrigues
y Sergio Moya**

Los estudios de LOS40 en Gran Vía 32 son la línea de meta para un grupo de locutores que cumplen un sueño: convertirse en estrellas de esta radio.

EN LA CIMA

Tony Aguilar, que posa en la azotea de Gran Vía 32, es el flamante galardonado con un Premio Ondas 2016 por su labor cada sábado al frente de *Del 40 al 1*. A pesar de ser el que más tiempo lleva en la casa de la emisora, abrir el micrófono y repasar la lista le resulta tan excitante como el primer día. ■



o es habitual que el público identifique claramente una dirección del callejero con la sede de una empresa. Sin embargo casi todo el mundo sabe dónde se ubican los estudios centrales de la Cadena SER y LOS40. El número 32 de la Gran Vía de Madrid corresponde a un soberbio edificio de 1924, de nueve plantas, coronado por una imponente estatua del ave fénix. Ocupa toda una manzana. Construido originalmente para albergar los grandes almacenes Madrid-París, las instalaciones de la radio siempre han convivido con icónicas tiendas de ropa: entre 1934 y 2002, la entrañable SEPU, santuario de lo kitsch; actualmente, la franquicia más grande en España de Primark; además de Lefties, H&M y Mango. La competencia textil ha invadido espacios antes ocupados por la cafetería Nebraska –que tantos desayunos y cenas despachó a locutores antes de entrar en antena– y el cine Imperial. Alrededor, más comercios de moda, restaurantes de comida rápida, academias variopintas, hostales, ajadas oficinas y algunos cines y salas de fiesta supervivientes de los años en que la Gran Vía era el Broadway español. No podía haber existido un emplazamiento mejor para la cadena de radio que durante 50 años ha llenado de música el país.

Salta a la vista: cualquiera que pase por la segunda calle española más transitada –hasta 30.000 peatones cada día, según el índice TC-Street– puede constatarlo. Menos evidente es su valor simbólico. Gran Vía 32 es la intersección donde convergen dos tipos de historias: los oyentes que hacen guardia esperando atisbar a las estrellas del pop que visitan la radio y varias generaciones de jóvenes locutores venidos de toda España, cuyas vidas, desde que lo pisaran por primera vez, gravitan alrededor de este suntuoso edificio de estilo vanguardista. Sus pasillos

crepitan con la energía de presentadores, periodistas, músicos y famosos.

“Cuando Justin Bieber vino el año pasado, se juntaron 3.000 personas frente a la puerta”, recuerda Tony Aguilar, que en sus 25 años en la emisora ha visto de todo. “En una de las visitas de Take That, a mediados de los noventa, las niñas se subían por los andamios. Antes había varias entradas y las fans se enteraban por cuál iban a salir los artistas. Para evitar problemas, hemos llegado a sacar a artistas cruzando la sala del cine, en mitad de la proyección de una película”.

Tony es un símbolo carismático de LOS40. Hay una fuerte asociación entre su nombre y la marca, similar a la que antaño caracterizó a otros DJs como José Antonio Abellán o Fernandisco. Muchos oyentes le llaman cariñosamente *Tito*, como si formara parte de su familia. Ha pasado por los programas más importantes de la cadena: fue el encargado de poner en marcha *Anda ya*, pionero del formato *morning show* en España. Se hizo querer por los seguidores más acérrimos en *Fanclub*, conduce para España y Latinoamérica *40 global show* y pilota el buque insignia de la emisora, *Del 40 al 1*, el maratón de cuatro horas que cada sábado repasa la lista de LOS40. Los fans le paran por la calle para hacerse fotos con él, como a los cantantes.

En 1991, sin embargo, Tony era solo un prometedor DJ de Cornellá (Barcelona), de 17 años, que empezaba a dar que hablar por su labia ante el micrófono y su inconfundible look de rapero. Su programa matinal en LOS40 de Barcelona era distinto: tan pronto leía el horóscopo como pinchaba maxi-singles. Su éxito en el ámbito local hizo que, en verano de 1995, los jefes de la cadena en Madrid se plantearan ampliar su emisión a todo el país. Se llamaría *Anda ya* y se emitiría desde Gran Vía 32.

“Con 22 años me fui a vivir solo a Madrid”, evoca. “Era duro, por ser la primera vez que estaba fuera de casa, y tan lejos. En Madrid no tenía ningún familiar, ni tíos, ni primos... a nadie. Pero la ilusión de hacer radio para toda España podía con eso”. Por entonces, ya era conocido a escala nacional porque salía en televisión. Las recién creadas cadenas privadas contrarrestaron décadas de programación casposa con espacios ►►

Tony Aguilar: "En una visita de Take That las niñas se subían por los andamios... Hemos sacado a artistas por la sala de cine en medio de la película".

PEGADOS A LO ÚLTIMO

Cada tarde, después del café, Xavi Martínez y Gema Hurtado toman uno de los dos ascensores hasta el corazón de la radio. Presentan *Lo + 40*, un espacio que Xavi define a regañadientes como *magacín*: “Suenan a un ritmo lento, y nuestro programa es trepidante. Se podría decir que es un nuevo concepto de *magacín musical*”. Las últimas noticias del universo pop y entrevistas a estrellas como Coldplay o Lady Gaga acompañan a quienes regresan a casa tras el trabajo. ■





LOS QUE TE DESPIERTAN

Si te levantas de buen humor, échale la culpa a esta tropa. Con Toni Martínez como productor ejecutivo y Dani Moreno (en el centro) y Cristina Boscó —entre otros— al micro, *Anda ya* es el *morning show* más escuchado de la radio musical española (1.680.000 oyentes, según el EGM de junio). Su base de operaciones: el estudio B1, inaugurado por Paul McCartney en 1989. ■





NO ERAN LAS REBAJAS: ESTABA POR ALLÍ MARK OWEN

El repunte del fenómeno fans en los años noventa convirtió la sede de LOS40 en destino de peregrinación de miles de seguidores de grupos como New Kids on the Block, Take That, Backstreet Boys, *NSync o Boyzone. Cada vez que visitaban la radio, la Gran Vía se colapsaba. Cosa que ocurría incluso una vez disueltos: en 1996, Mark Owen (excomponente de Take That) provocó inenarrables momentos de histeria y diversas lipotimias cuando vino a presentar su primer disco en solitario (*Green man*), hasta el punto de hacerse necesaria la intervención de la policía municipal. A pesar de los gritos y de que su tema *Child* fue número 1 de LOS40 el día de los Inocentes de ese año (no es broma), la carrera como solista de Owen no prosperó.



LOS PINCHA-DISCOS

Las horas del día en que no hay programas, en la radio se conocen como "franjitas de fórmula". Su éxito depende no solo de la calidad de las canciones sino del entusiasmo y habilidad de los disc-jockeys que se dedican a pincharlas. En la imagen (desde arriba en el sentido de las agujas del reloj): Óscar Martínez, siempre exultante; el perfeccionista Edu Naranjo; el irónico Jorge Sánchez; y Félix Castillo, que además es el productor de *Del 40 al 1*, posan en la otrora imprescindible discoteca de la casa. ■

► frescos dirigidos a un público juvenil, en los que la música tenía un papel principal. Y con nuevos rostros: Jesús Vázquez, Penélope Cruz, Arancha de Benito o el propio Aguilar, que en 1993 había empezado a presentar *Leña al mono que es de goma* en Antena 3.

En el edificio de Madrid, Tony trabajó 15 años codo con codo con el locutor musical más carismático y querido de todos los tiempos: Joaquín Luqui. "Su fuerte personalidad y su imagen de gurú lo convertían en un líder espiritual más que en un compañero", dice. Luqui, fallecido en 2005 a los 57 años, fue un fenómeno radiofónico en sí mismo. Había entrado en LOS40 en 1969, y desde entonces su cálida voz, su encrespada melena y sus famosas muletillas – "JL en FM", "lo más", "será 3, 2 ó 1", "tú y yo lo sabíamos" – estuvieron ligadas a la emisora.

El locutor navarro instauró un estilo en el que el seguidor era tan importante como el ídolo. Dirigía sus apasionadas diatribas a la oreja del oyente. Cuando decía "tú y yo lo sabíamos" estaba compartiendo con el oyente el mérito de haber vaticinado un éxito, y, al mismo tiempo, formando un tándem privado con él: "tú y yo".

El espacio de la radio donde Tony se mueve como pez en el agua es el estudio F5. Situado al fondo de un pasillo laberíntico de la octava planta, es lo suficientemente grande como para acoger a una veintena de oyentes que durante unas horas son espectadores. Ante ellos, cada sábado por la mañana desde hace 21 temporadas, presenta *Del 40 al 1*. El programa más antiguo de la radio musical española repasa en formato de cuenta atrás la lista que ahora ha cumplido 50 años. El *show*, como le gusta llamarlo, se ha renovado por completo: se emite en vídeo en directo por *streaming* y cuenta con un *video-wall* en el estudio, donde se proyectan en tiempo real los videoclips de las canciones que Tony va presentando.

Es el programa musical con más espectadores del fin de semana, y ha obtenido, al igual que Aguilar, el Premio Ondas de la Radio en 2016. Todos los sábados, cinco minutos antes de las 10, Tony aparece en el control y, absolutamente concentrado, en capilla, da las últimas indicaciones a su equipo. "No concibo otra cosa que hacer un sábado por la mañana. Ese día sígo levantándome con mariposas en el estómago".

Desde el estudio Paul McCartney, el más emblemático de la radio musical española, ven amanecer todos los días los presentadores de 'Anda ya'.

Pasadas las dos de la tarde del 8 de junio de 1989, José Antonio Abellán abrió el micrófono y presentó a Paul McCartney, presente en el estudio. Iba escoltado por Joaquín Luqui y el entonces subdirector de la SER en Valencia, Luis Merino, ambos devotos del grupo de Liverpool. Luqui lo demostró enseguida: "Lo dije en 1966 y algunos me llamaron loco. Eres el Mozart de nuestro tiempo. El músico más grande de este siglo", espetó a McCartney.

El cantante se lo tomó a broma.

"Eso se lo dirás a todas", respondió.

Quedaba así inaugurado el remozado estudio B1 de la emisora, desde entonces llamado Estudio Paul McCartney. Desde el estudio más emblemático de la radio musical española ven todos los días amanecer, con Madrid a sus pies, los presentadores de *Anda ya*, el *morning show* con más oyentes de España: Dani Moreno y Cristina Boscá, más un nutrido equipo de colaboradores.

"Uno de los mejores momentos de mi carrera ocurrió en este estudio", recuerda el barcelonés Dani Moreno, que entró en LOS40 en 1996. "Había venido a Madrid a hacer unas suplencias y una mañana de domingo debía dar paso a *El gran musical*, con Fernandisco, Joaquín Luqui y Julián Ruiz. Tres de mis ídolos. Cuando dije sus nombres, temblaba de emoción. Años después se lo dije a Fernandisco: fue uno de los momentos más emocionantes de mi vida".

Dani Moreno aterrizó en LOS40 como otros nombres míticos: a través del Concurso Nacional de Disc-jockeys de la Cadena SER. ►



LAS MIL DANZAS

La música de baile siempre ha tenido presencia en LOS40, y ahora el mejor embajador es Luis López, un tipo al que ponen la alfombra roja cada vez que pisa una discoteca de Ibiza, Ámsterdam, México DF o Buenos Aires. Presenta el programa *World dance music*, que se emite (no podía ser de otro modo) los sábados por la noche para España y las emisoras latinoamericanas de LOS40. ■

► Creado en 1978, este concurso era todo un acontecimiento: solo escuchar las cuñas que lo anunciaban hacía que miles de adolescentes soñarían con trabajar en la radio. Cualquiera podía presentarse, bastaba con grabar y enviar una maqueta presentando las canciones de un disco previamente seleccionado por la cadena. El primer ganador fue el bilbaíno Fermín Rotaache, proclamado en el transcurso de una edición de *El gran musical* en el Parque de Atracciones de Madrid, en la que actuó el grupo de jazz-rock Colosseum II. El último, 18 años después, fue Dani Moreno.

Moreno pinchaba discos en la pequeña emisora barcelonesa Radio Nou Barris y durante varios años se inscribió en el certamen, preparándose concienzudamente hasta que lo ganó, en una final presentada por Fernandisco y celebrada en la ahora derruida discoteca Gran Velvet de Barcelona. “Eso fue un viernes por la noche y el martes ya estaba haciendo un turno en la radio”, recuerda. Además de un contrato con la emisora, ganó un viaje alrededor del mundo.

El prestigio de Dani Moreno se disparó cuando, en 2002, le encargaron presentar el *morning show* de la recién creada Máxima FM, emisora de PRISA Radio dedicada a la música dance. Al frente de *El gallo máximo* (origen de su ya inseparable apodo),

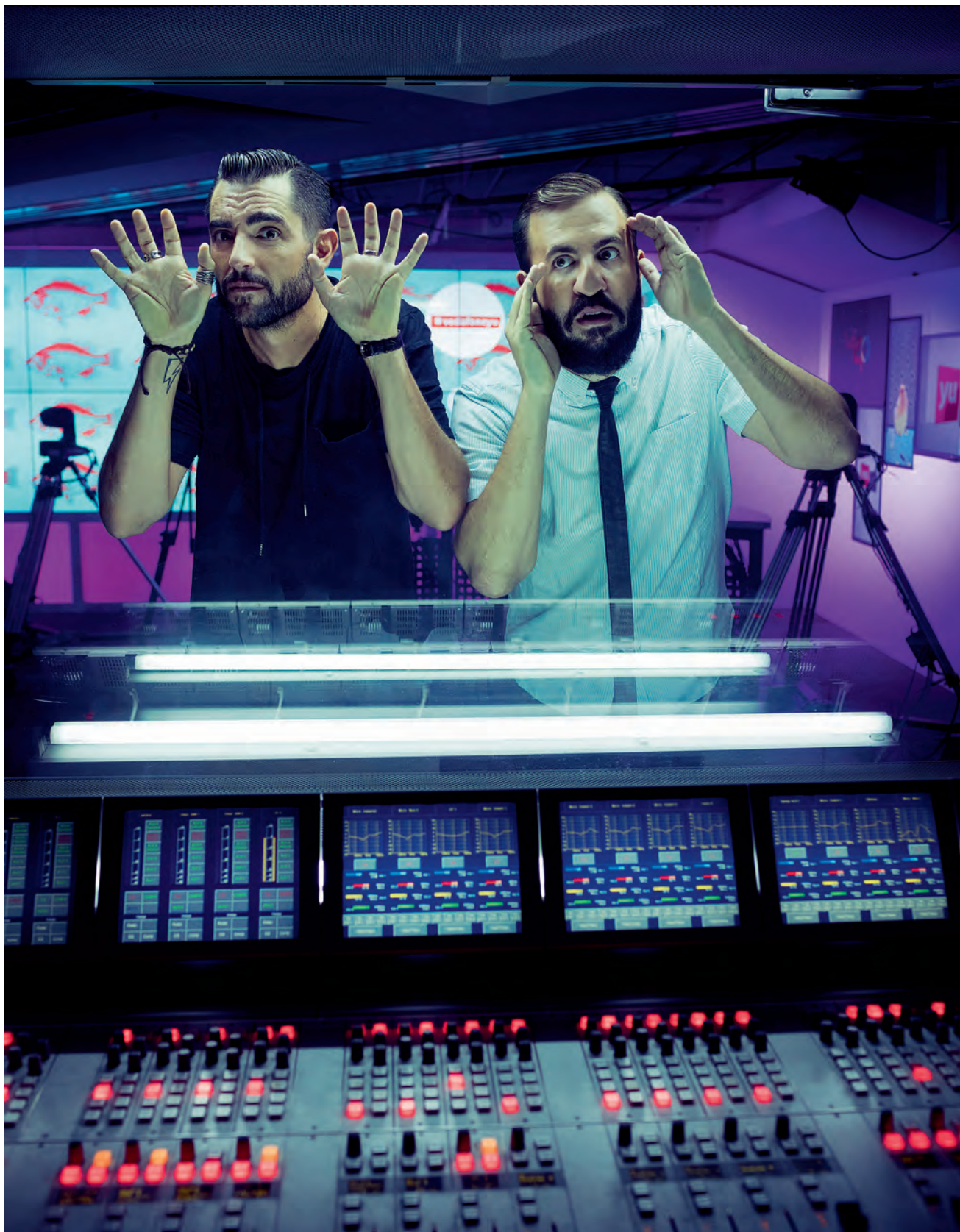
"Hemos hecho carreras con tacones, he bajado a la calle disfrazado de mujer... y he hecho el programa vestido de luchador de sumo": Dani Moreno.

los oyentes descubrieron a un locutor simpático y cercano. “Al principio estaba yo solo en el estudio. Con cuatro palos y un toldo estábamos haciendo un gran programa cuando otros llevaban el *Enterprise*”, comenta. En 2011, *El gallo máximo* ganó el Premio Ondas al Mejor Programa de Radio.

Aunque el verdadero premio para él llegó cuando le encomendaron presentar el espacio matinal de LOS40. Desde que lo arrancara Tony Aguilar en 1995, *Anda ya* había pasado por las manos y voces de Juanma Ortega, Frank Blanco y Xavi Rodríguez. Para Dani Moreno, que lo dirige desde 2014, ha supuesto tocar la cima. “Yo tengo una premisa: si tengo que hacer un trabajo, ya sea de camarero, reponedor, ingeniero o cocinero, quiero ser el mejor. Cuando empecé en la radio me dije que tenía que estar en el mejor programa musical de este país. Y mi meta era *Anda ya*. Es que no hay nada más allá, he llegado adonde quería llegar”, afirma.

El perímetro de *Anda ya* no se limita al Estudio Paul McCartney. La radio moderna se ve –por *streaming*, redes sociales y la propia web: los40.com– y eso obliga a que el espectáculo se despliegue también por la redacción, los pasillos, la terraza o incluso la Gran Vía. “Nada más empezar, a la vuelta del verano, me dijeron que debería hacer el programa en bañador. Y lo hice. También hemos hecho carreras con tacones por el pasillo, he bajado a la calle disfrazado de mujer para ir a una farmacia o he hecho el programa vestido de luchador de sumo”, dice Moreno, quien, además, como DJ de música electrónica ha publicado éxitos como *Domino* (2011), con Jackie Sagana, nominado a los Premios 40.

Como otros muchos disc-jockeys emblemáticos de la casa, Dani Moreno es de Barcelona. “Los cinco que hemos presentado *Anda ya* somos de allí”, explica. “Hay una escuela de radio muy importante y muchas emisoras de radio locales cercanas al estilo de música de LOS40. Se busca ese perfil de cantera, y se sabe cuándo hay un tío despuntando ►►



FESTIVAL DEL HUMOR

Dani Mateo (izda.) y Antonio Castelo son las dos barbas más famosas de LOS40. Cada tarde, a la hora de comer, ponen en funcionamiento el delirante *Yu, no te pierdas nada*. "Pienso que trabajar en LOS40 me ha hecho mejor cómico", dice el polifacético Mateo. ■■



**DOS CORTADOS Y
UNO SOLO**

La cafetería de LOS40 no es tan importante como los estudios... pero casi. Lo mismo vale para desayunar que para mantener reuniones informales, lo que la sitúa como favorita de los lectores y redactores a cualquier hora del día. II





"Justin Bieber fue muy majo" –recuerda Cristina Boscó– "y me tocó el culo. Me quedé en plan ¡Guau! ¿Nadie lo ha visto?"

► en Radio Cornellá o en Nou Barris... Los chavales que empiezan piensan: 'Si él lo ha conseguido yo también puedo'. Su primer año en Madrid lo pasó separado de su mujer y su hija. De hecho, recuerda una llamada sorpresa de esta, organizada en secreto por sus compañeros, como el momento más emotivo vivido en el estudio.

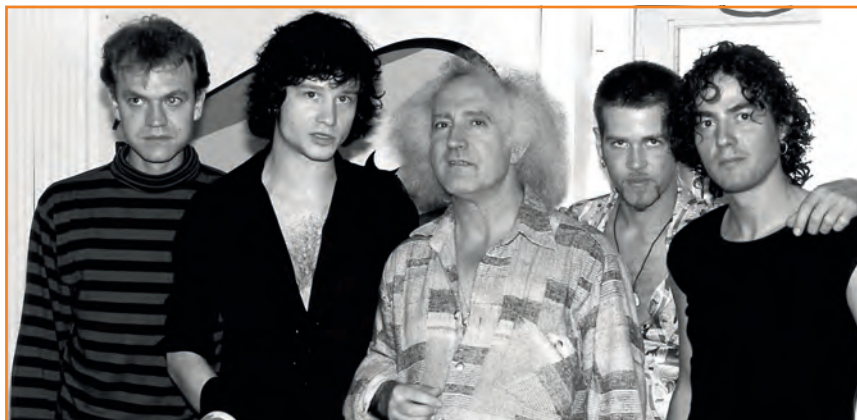
Acompaña a Moreno en esta nueva etapa de *Anda ya* la valenciana Cristina Boscó, la voz femenina más reconocible de la cadena, que también sustituye a Tony Aguilar en verano en *Del 40 al 1*. Llegó a la emisora a través de LOS40 de Gandía. "Siempre tuve la sensación de que algún día trabajaría en Madrid", confiesa. "De hecho, mi novio y yo nos compramos un piso en Gandía pero le avisé de que no quería atarme".

Ya en Madrid, su afición por los videojuegos le llevó a presentar *Game 40*. Después de una larga temporada en las franjas de fórmula, ahora es el contrapeso de Dani Moreno por las mañanas. Entonces y ahora, el estudio B1 ha brindado a Boscó momentos muy intensos. "Ahí me he emocionado muchísimo, como cuando di paso por primera vez a Sira Fernández, que me flipa", recuerda –Fernández estuvo en LOS40 y la SER entre 1995 y 2014–. "Lloré cuando se despidió Frank [Blanco], y también cuando me he enterado de noticias chunga... Por ejemplo, supe por WhatsApp, durante el programa, que mi tía había fallecido", recuerda. En el extremo opuesto, su encuentro con Justin Bieber. "Fue muy majo. Y me tocó el culo. Le dije: '¿Nos hacemos una foto?'. Me cogió de la cintura y cuando bajó la mano, en vez de quitarla normal la quitó tocándome el culo pero bien. Me quedé en plan ¡Guau! ¿Nadie lo ha visto?"

Aunque gran parte de los locutores de LOS40 proceden de su cantera, otros – especialmente en tiempos recientes– han aterrizado procedentes de otras cadenas. El caso más claro es el de Xavi Martínez, quien comenzó su andadura en LOS40 de Cataluña pero al cabo de un tiempo se marchó. Cual hijo pródigo, tras recalar en Europa FM y poner en marcha MegaStar FM, Martínez regresó a la cadena líder en 2014, feliz de volver a casa.

LOS 'INFLUENCERS'

"En LOS40 todo es diferente a lo que yo había vivido. Ya solo el sitio donde trabajamos, en la Gran Vía, es algo magnífico", dice Uri Sàbat, el hombre de las noches en la cadena. Esta temporada presenta *Radiotubers*, el programa que logra el más difícil todavía: trasladar a la radio el desparrame de los influencers de las redes sociales. Entre sus colaboradores figuran el incendiario Jorge Cremades, Herrejón, Antón Lofer, Dante Caro y Andrea Compton. ■



BENDITO DUENDE

A principios de los noventa, no era raro cruzarse por la radio con Héroes del Silencio. El cuarteto zaragozano encontró en Joaquín Luqui –siempre en modo *on* en lo que a bandas con una sólida base de fans se refiere– su valedor. Bunbury y compañía consiguieron su primer número uno en 1989 con *Flor venenosa* y, posteriormente, con *Entre dos tierras*, *Maldito duende*, *Despertar*, *Nuestros nombres*, *La herida*, *Iberia sumergida* y *La chispa adecuada*.

“Soy de los que piensan que todo en la vida pasa por algo, y tenía que ser así”, reflexiona. “Esta trayectoria me ha dado una amplitud de miras muy grande. Comprendes que no hay que desprestigiar a la competencia, sino fijarse mucho. Y regresar a mi casa de esta forma ha sido algo maravilloso”. Asumió con naturalidad su reaparición con marchamo de incorporación estelar. “Me gusta la responsabilidad, quiero más retos. Pero al mismo tiempo, volví con los pies en el suelo y sabiendo que aquí hay gente muy grande. Mi objetivo era aportar algo”, afirma.

Esa aportación de Xavi Martínez es especialmente notable en *Lo+40*, el programa de actualidad que presenta de lunes a viernes, de seis a nueve de la tarde, con Gema Hurtado. “Es un nuevo concepto de magazine musical”, define Xavi. “Un *top show* de actualidad que también tiene función de acompañamiento para aquellos que regresan a casa por la tarde o están en el gimnasio. Pero sobre todo es un contenedor de noticias: hace unas semanas, cuando se conocieron los Premios Ondas llamamos en directo a todos los grandes ganadores. Tuvimos a Miguel Bosé, a Juanes, a Jesus Vázquez, a Dani Martín... Lo mismo hemos hecho con Jason Derulo o Lady Gaga. Mi objetivo es recuperar el espíritu periodístico de la radio musical”.

Para ello, no duda en salir del estudio cuando la noticia lo requiere. “Si un porcentaje muy grande de nuestro *target* más joven nos escucha a través de un móvil, ¿cómo les vas a limitar al audio! Para poner canciones ya está Spotify, tenemos que aportar la parte humana, que pueda extraer de una canción un mensaje inspirador o dar noticias. Y todo eso tiene que ir con vídeo, con fotografías... La FM está ahí, pero la radio hoy es un negocio de 360 grados”.

Martínez no es el único que ha llegado últimamente a Gran Vía con un currículum ya forjado. Dani Mateo se había fogueado en emisoras de Cataluña, en TV (LaSexta) y como monologuista cuando en 2007 empezó a colaborar en *Anda ya* y, más tarde, a dirigir su propio espacio, *Yu, no te pierdas nada* (lunes a viernes de 14 a 16 horas).

“Llegué a LOS40 cagado”, admite. “Es una emisora especial. Todo en ella tiene ritmo. Yo venía a hacer un programa de humor y había que adaptar el ritmo de comedia al de la fórmula musical de LOS40. Había que hacer humor en cuatro minutos y ya ➤

MEZCLA ORIGINAL

Tan imprevisible como el café de máquina es *LOS40 Trending*, el espacio que desde el pasado septiembre presenta Arturo Paniagua, tras haber trabajado en Radio 3 y la web de RTVE. El programa es la ventana a la música alternativa, el rincón de los adictos a los festivales. A diferencia del café de *ven-ding*, el buen gusto está garantizado. ■



Dani Mateo: "La gente escucha LOS40 porque pone música cojonuda. Así que, entre canción y canción, hay que hacer algo cojonudo".

► entraba una canción. Tienes que ser muy rápido, hablar poco. Con lo cual, hacer comedia en LOS40 es más difícil que en otra emisora. Yo creo que trabajar en LOS40 me ha hecho mejor cómico, te hace trabajar más rápido".

"La gente está pidiendo contenido, locura, y no es tan importante que lo que cuentes tenga que ver con la canción que viene a continuación", añade, en relación con la nueva tendencia de radio-espectáculo. "La gente escucha LOS40 porque pone música cojonuda. Así que, entre canción y canción, hay que hacer algo cojonudo. Da igual lo que sea: está Tony Aguilar, que te informa de quién es el grupo; y estoy yo, que voy a soltar una chorrada que te va a hacer reír y luego escuchas la canción", dice Mateo, que encuentra en la terraza del edificio el lugar ideal para relajarse: "Con esas vistas... descubres que Madrid en realidad es un pueblo castellano".

Yu, no te pierdas nada es mundialmente conocido como el programa de la espantada de Justin Bieber. El hecho de que el espacio se emita también en *streaming* de vídeo facilitó el impacto viral de este episodio que Mateo recuerda con cierta amargura. "Me da pena, nos hacía mucha ilusión esa entrevista", dice. "Creo que fue todo una serie de catastróficas desdichas. Él estaba estresado, venía preparado para una entrevista al uso sobre su disco y se encontró con los *trilocos*, se mosqueó por un error de traducción... Se ha sido injusto con la entrevista, porque hasta el momento en que se va estaba diciendo cosas interesantes. Me encantaría volver a entrevistarle, porque considero que se ha hecho un artista de puta madre. Es una espinita clavada".

Al pasado septiembre, y después de patearse diversas emisoras madrileñas y currar en la web de Radio 3, debutaba en LOS40 Arturo Paniagua. Nacido en República Dominicana, se ha convertido en el referente indie de la cadena como presentador de *Los40 Trending* (de lunes a viernes, a las 23 horas). Desde Europa FM llegó el barcelonés Uri Sàbat: el éxito de su programa nocturno en esa emisora le llevó a conducir la franja golfa de la cadena; primero con *No te cortes* y ahora al mando de *Radiotubers* –de lunes a viernes, de 21 a 23 horas–. "Para mí fue increíble, LOS40 es la emisora de mi vida", explica Sàbat. "Todo es diferente a lo que yo había vivido. Ya solo el sitio donde trabajamos, en la Gran Vía, es algo magnífico".

Sus vidas han confluído en el centro de Madrid. "En realidad es una suerte poder vivir en la capital, una ciudad con tantas oportunidades y tanta vida", dice Xavi Martínez. "Por mi forma de ser no me costó adaptarme. Es como si hubiese vivido aquí toda la vida. Echo de menos a mis padres, a mi hermano... Pero cada dos semanas me cojo un AVE y me voy para allá". Le esperan a su regreso, como a los demás, en la esquina de Gran Vía con Mesonero Romanos, dos ascensores que llevan a la octava planta, desde donde seguirán emitiendo la mejor radio musical. ■



Éxito absoluto en toda España del Concurso Nacional de la Cadena SER

Disc-jockeys para "FM"



Cuadro de honor

GANADOR: Fermín Rotacheche, de Radio Bilbao. Ganador de una carrera y viajó a Los Angeles.
Primeros finalistas con cupo a Los Angeles: Antonio Vilar, de Radio Lirio; y Luis Martín González, de Radio Madrid.
Mención especial a Francisco Diego Polanco, de Radio Costa.
OTROS FINALISTAS: Gerardo Rodríguez del Aguila, de Radio Granada; Diego Sotelo Sureda, de Radio Jerez; Albert G. Famos, de Radio Lirio; Francisco Martín Sánchez, de Radio Valencia.

LOS DISC-JOCKEYS QUE SALVARON NUESTRAS VIDAS

Durante casi dos décadas, el Concurso Nacional de Disc-jockeys fue la principal puerta de entrada a la emisora (aunque no la única) para jóvenes locutores. El 24 de septiembre de 1978 se celebró en Madrid la primera edición y, como contaba la revista *El Gran Musical* (imagen superior), venció el bilbaíno Fermín Rotacheche. Este certamen ha vuelto a revivir gracias al concurso del programa *Radiotubers*, una búsqueda a través de Internet del nuevo disc-jockey de LOS40, que lógicamente ha de ser multimedia.

Un edificio emblemático

Gran Vía 32 es sinónimo de radio. La casa de LOS40 desde su nacimiento en 1966 es una construcción única, de las más reconocibles de Madrid.

por **Cova Fdez**

1920 Se coloca la primera piedra.

1924

Se inauguran los grandes almacenes Madrid-París, los primeros de Madrid.

1935 1ª reforma (interior)

Los almacenes Madrid-París quiebran y el SEPU compra el edificio. Se instala un cine en la planta baja y Radio Madrid en la sexta.

1948

La aseguradora La Unión y el Fénix compra el edificio.

1956 2ª reforma (exterior)

La más profunda de todas: el edificio 'crece' 2 plantas y desaparecen las dos cúpulas.

1966

Nacen Los 40 Principales.

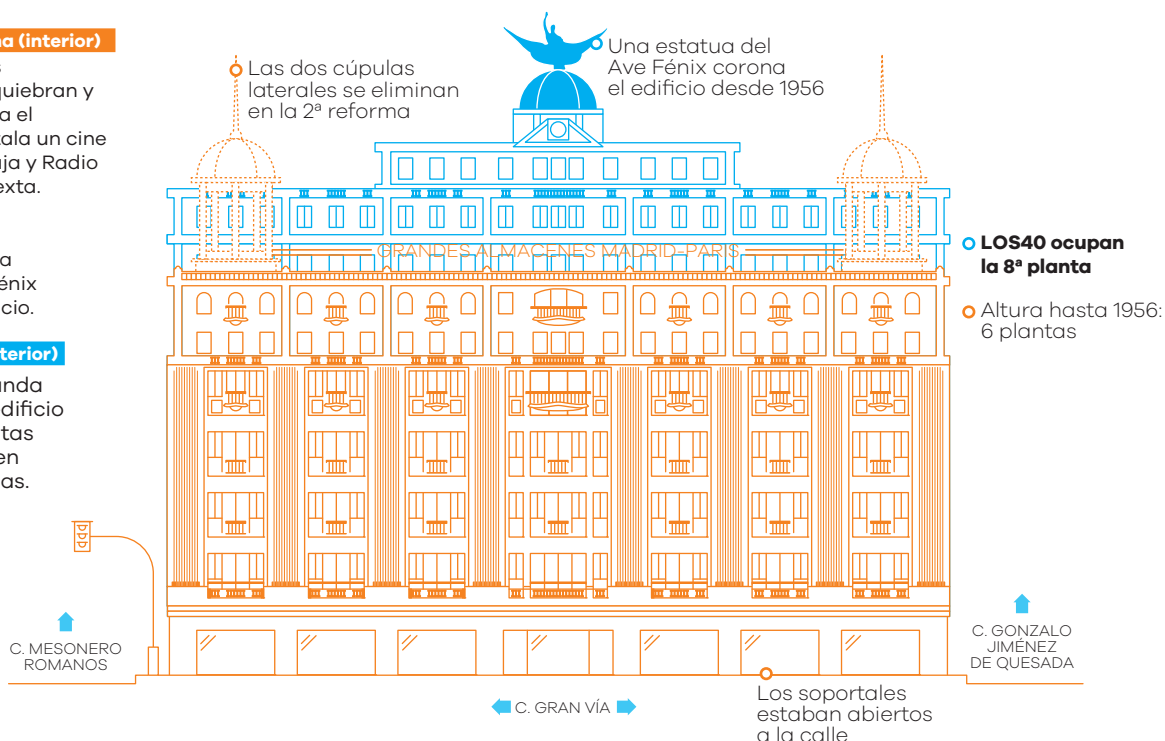
1992 3ª reforma (interior)

Tras comprar el edificio, el Grupo PRISA lo adapta a sus necesidades.

2008 4ª reforma (interior)

Drago Capital lo compra y restituye su apariencia original.

2015 Amancio Ortega compra el edificio y se abre PRIMARK, que ocupa cinco plantas.

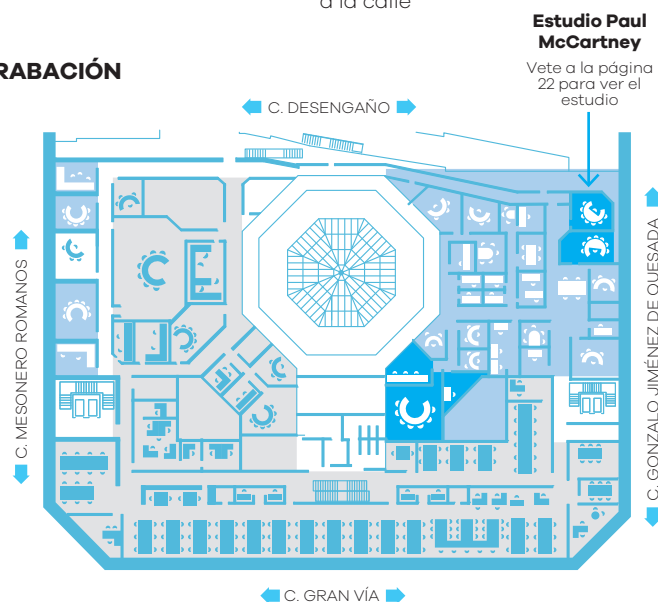


LOS ESTUDIOS DE GRABACIÓN

PLANTA 8ª

- Estudios de LOS40
- Estudios de otras cadenas musicales
- Estudios y redacción de Cadena SER

Punto de vista



El hombre que paró Madrid



LUIS MERINO

*DIRECTOR DE LOS40
1992-1996*

Cuando comenzó en Los 40 Principales (1975, Valencia), esa lista "era la única votación democrática de España". La locura por la música fue la mayor responsable de "la fábrica de éxitos y oyentes" más grande del país. Y éxitos de calidad, casi fueron los únicos en pinchar *Sultans of Swing*, de Dire Straits. Locura contagiada a la masa oyente: En el concierto del 25 Aniversario en Madrid se colapsó la Autopista A6, eso, seis horas.

Ilustración de **Mauco Sosa**

"Donde nos metíamos olía a éxito. Recuerdo el caso de Mecano: 'Hoy no me puedo levantar' había pasado inadvertida y tuve la sensación de que algo grande se nos escapaba".

La radio se ama cuando eres oyente asiduo, de hecho no conozco a ningún protagonista que haya trabajado en radio sin haber pertenecido antes al grupo de oyentes asiduos. Para mí en los años sesenta, el contacto con la música tenía a la cadena SER como intermediario. Era normal escuchar *Discomanía*, de Raul Matas, *Trotadiscos* de Constantino Romero, *Windy Club* y *El Gran Musical*. Este último los domingos por la mañana, con diferentes Pepes [Domingo Castaño, Cañaveras] y Joaquín Luqui.

Así se fue inoculando una afición que se vio acrecentada por invitaciones a locutorios de amigos radiofonistas e incluso a participar en Radio Alicante en una noche completa dedicada a mi grupo favorito: The Beatles.

Con estos antecedentes, al llegar a Valencia para estudiar Medicina no dudé en intentar el asalto a las ondas y así lograr de paso mi autonomía económica. Locutorios oscuros, giradiscos Garrard o Rusko, mucho humo y, sobre todo, muchísima ilusión...

Allí, en Radio Valencia, tuve mi primer contacto con Los 40 Principales, los sábados por la tarde. Creo que era la única votación democrática que había en España en el 75. A lo largo de cuatro horas, los oyentes manifestaban sus preferencias, y a las nueve de la noche, en un programa nacional, Joaquín Prat escrutaba y anunciaba el flamante nuevo número 1 de Los 40 Principales.

Estos tiempos de música comprimida en la Onda Media (AM) iban a terminar con la obligación de encender y programar las FM, bajo pena de perder la licencia de emisión. Este decreto lanzó el mundo de la FM, un paraíso para la música y sus disc-jockeys.

Unas cuantas emisoras de la SER iniciamos nuestra programación basada en la lista de 40, pero como no había infraestructuras de calidad para la transmisión del sonido, cada radio local, en mi caso Radio Mediterráneo, producía hasta 24 horas diarias. Buscar los mejores presentadores, involucrarlos en la programación y convertirlos en profetas de éxitos fue apasionante. El resultado fue un vuelco de la audiencia a la FM, dejando malherida a la radio tradicional en su vieja banda.

Esa diaria rutina de organización, micro y escucha permanente de la emisora se completaba con los viajes a Madrid cada martes para estudiar, con el director Rafael Revert y los coordinadores de nuestras emisoras, las novedades y cómo íbamos a programarlas. ¡Qué bien se pasaba! ¡Qué locos estábamos por la radio y por la música!

Con estos antecedentes conseguimos con urgencia el liderazgo de audiencia total y nos convertimos en la fábrica de éxitos y oyentes más grande de nuestro país. Quise trasladar a la calle esa fuerza y lo logramos con *El Gran Musical*. El programa que se hacía habitualmente desde una discoteca lo pasamos a espacios abiertos y logro convocar a más de 100.000 personas con el reclamo de artistas y disc-jockeys. Y así un par de veces por año.

Dónde nos metíamos oía a éxito. Recuerdo el caso de Mecano, que había pasado inadvertido con su *Hoy no me puedo levantar* y tuve la sensación de que algo grande se nos escapaba, lo mantuve en alta rotación durante varias semanas, volvió a entrar en listas y se consolidó ese mismo año como el grupo revelación más importante. O el de Dire Straits y *Sultans of Swing*, que éramos casi la única emisora que los programaba y lograron encaramarse

en lo más alto. En ambos casos tuve el placer de entregarles sus primeros discos de oro y sobre todo de estremecerme con la sensación de que habiendo contribuido al éxito tenías muy cerca a la gente que admirabas.

Posiblemente el momento cumbre se produjo en 1989, cuando [José Antonio] Abellán, Luqui y yo entrevistamos a Paul McCartney en el nuevo estudio de LOS40 que tomaba su nombre.

Íbamos muy deprisa y disponíamos de la tecnología de vanguardia. La apuesta por la transmisión satelital mejoró nuestra capacidad de transmisión y logró hacer que la Cadena 40 fuese una realidad. Con ese motivo me vine a Madrid de subdirector de 40, con Rafa [Revert] de jefe, a emprender una nueva etapa.

Celebramos el 25 aniversario con dos conciertos simultáneos en Madrid y Barcelona: Héroes del Silencio, Mecano, Duncan

Dhu, Miguel Bosé, La Unión, El Último de la Fila, Presuntos Implicados, Luz y un largo etcétera. Actuaban en el Hipódromo de Madrid y en el estadio de Sarriá (Barcelona), ambos podían ver en pantallas gigantes las actuaciones que se producían a distancia. En el caso de Madrid, el éxito se simbolizó en un atasco que paralizó la A-6 a la altura del Hipódromo y la Zarzuela durante más de seis horas.

A partir del 1992, como siempre con el mejor equipo de disc-jockeys, iniciamos la digitalización completa de la radio musical. Empezamos a implementar nuevas marcas dentro de 40: *Concierto Básico*, en que el artista expresaba su música de forma sencilla sin apenas sofisticación en nuestro estudio de radio. *Game 40*, por su parte, supuso la entrada de LOS40 en el mundo de los videojuegos.

Desde el 96, cuando Javier Pons asumió la dirección de la cadena, me tocó pelear, desde la dirección de radiofórmulas, por la expansión de la marca. Así nacieron los Premios Ondas de Música, la revista *Los 40 Magazine* y ampliamos el espectro de 40 en televisión con 40 Tv y 40 Latino.

Nos lanzamos al mundo web con los40.com, cuando ninguna emisora daba esos servicios. También en esa época LOS40 empezaron a tener su tarjeta de crédito, que apenas un año se colocó como primera *affinity* [tarjeta asociada a una marca] de España alcanzado más de 700.000 ejemplares.

En el 2000 *Concierto Básico* logró lo imposible: trajimos a Elton John al Círculo de Bellas Artes de Madrid en un concierto al que invitamos a 100 oyentes. ¡Qué emoción! Fue el día 10 de septiembre. Al día siguiente no hubiese sido posible, el atentado de la Torres Gemelas de Nueva York paralizó todo.

Con este cambio de milenio impulsamos desde la dirección global de LOS40 el traslado de nuestra marca y modelo a todos los mercados de radio que operábamos. Y nació 40 en México, Argentina, Chile, Panamá, Costa Rica, Ecuador, Guatemala...

Otro hito de lujo fue diseñar y producir la celebración del 40 aniversario de LOS40. Un año de celebraciones por toda España y conciertos que culminó en el estadio Vicente Calderón con los artistas más importantes de LOS40 en toda su historia y con continuas colaboraciones entre ellos.

Y ya por último, tuve la suerte de poder llevar a cabo mi idea de *40 El Musical*, con un equipo de actores de lujo y con Daniel Sánchez Arévalo de director. Y otro récord más.

Como te decía.... Toda una vida... ■

**«¡Qué bien se pasaba!,
¡qué locos
estábamos
por la radio
y por la
música!»**

HISTORIA



Hitos del pop, el rock y la vida **90**
Evolución de un aparato llamado radio **96**
Parecidos razonables de música y pintas **100**
Javier Pons y la radio sin etiquetas **110**

Así en la música como en la vida

¿Hedonismo y evasión? Sí, pero no solo. Si la música popular (pop, rock, soul...) es tan importante en nuestro día a día es porque refleja los cambios sociales y hasta los personales que nos marcan. Hitos de los últimos 50 años y su traducción en canciones.

Texto de **Darío Manrique Núñez**

Primer acid test con LSD en San Francisco.

Los Beatles publican *Revolver*, disco influenciado por su consumo del LSD.



Time habla por primera vez del Swinging London.

Los Kinks lanzan su *Face to Face*.

Asesinato de Martin Luther King.

Entre otros homenajes, Nina Simone compone *Why (The King of Love Is Dead)*.

Tommie Smith y John Carlos reivindican el black power en México 68.

James Brown graba su himno *Say it Loud - I'm Black and I'm Proud*.



Sale el disco Jesucristo Superstar.

En 1975 se estrena en España con Camilo Sesto como Jesús. Teddy Bautista hace de Judas.

Domingo Sangriento en Irlanda del Norte.

Paul McCartney publica 26 días después *Give Ireland Back to the Irish*.



Getty images

1966

1966

1967

1967

Our World: primer programa internacional vía satélite.

400 millones de personas ven estrenar a los Beatles *All You Need Is Love*.

1968

1968

1969

1970

1971

1972



Estreno del musical Hair, icono de la contracultura hippie.

Raphael, antítesis de lo hippie, destroza el tema *The Age of Aquarius*.



La familia Manson mata a Sharon Tate.

En 1970 se editan las canciones de Charles Manson, incluida una colaboración con los Beach Boys.

Fundación de Greenpeace.

La conciencia ecológica llega a la música con *Big Yellow Taxi* (Joni Mitchell) o *Mercy Mercy Me* (Marvin Gaye).



Con *Space Invaders* los videojuegos comienzan a arrasar.

La Yellow Magic Orchestra sam-plea la música del juego en su debut.

Se despenaliza el adulterio en España...

...dando vía libre a canciones tipo *¿Y cómo es el?*, de José Luis Perales.

En Chicago se queman miles de vinilos de música disco.

El género reina en las listas con Donna Summer o Bee Gees.



Regresa la democracia a España.

Triunfa el folk politizado con *Habla, pueblo, habla* o *Libertad sin ira*.

El régimen franquista ejecuta a cinco miembros de FRAP y ETA.

Serrat protesta por las ejecuciones desde México y debe quedarse exiliado allí.



Getty images

Vuelve la pena de muerte a EE UU.

Gary Gilmore es el primer ejecutado y los punks The Adverts graban *Gary Gilmore's Eyes*.

El ayatolá Jomeini retorna a Irán.

Siniestro Total graban su *Ayatola! (no me toques la pirola)*.

Triunfa la revolución sandinista en Nicaragua.

Los Clash publican en 1980 el triple álbum *Sandinista!*

1974

1975

1977

1977

1977

1975

1973

La rica heredera Patty Hearst, raptada por un grupo terrorista. Se une a ellos.

Patti Smith incluye un monólogo que habla de Hearst en su versión de *Hey Joe*.



Golpe de Estado de Pinochet en Chile.

Cinco días más tarde torturan y asesinan al cantautor Víctor Jara.



Getty images

Estreno de *Star Wars*.

El productor Meco une dos elementos que hacen furor en la cultura popular con la versión disco del tema de la película.



Nueva York, en bancarrota y asediada por el crimen.

El ambiente social propicia el punk, con grupos como los Ramones y locales como CBGB's.

1980

Muere Félix Rodríguez de la Fuente.

Enrique y Ana se unen al luto nacional con la canción *Mi amigo Félix*.



Nace la MTV, revolucionará la industria musical.

El primer clip emitido es *Video Killed the Radio Star*, de The Buggles.



Salen a la venta los primeros CDs.

Suspense, de Azul y Negro, es el primer disco editado en CD en España, dos años más tarde.

La selección de baloncesto español gana la plata en Los Ángeles.

Los Nikis fardan de ello en *El imperio contraataca*.

Huelga de mineros ingleses reprimida por Thatcher.

Billy Bragg o Sting escriben canciones en apoyo a los mineros.

Se emiten los primeros cortos de *Los Simpson*.

Los Stones, REM, Ringo... La lista de músicos que salen en la serie es interminable.



Lola Flores, procesada por no pagar a Hacienda.

Dos años después, probablemente trastornada por ello, graba el proto-rap *Ay, Alvaríño*.

Magic Johnson anuncia que es seropositivo y Freddie Mercury muere de sida.

Un año antes sale el disco benéfico *Red Hot + Blue*.

Disturbios raciales en Los Ángeles.

Un mes antes Ice T y sus Body Count editan *Cop Killer*, que habla del caso Rodney King que prendió la mecha.



Nace la oveja clonada Dolly.

Glamour to Kill escribirían en su honor *Clone Fashion*: "Oh, Dolly, copiada, fotocopiada, Oh, Dolly".

1992



La insurrección zapatista prende en Chiapas (México).

Amparanoia (*Somos viento*) y Sabina (*Como un dolor de muelas*) dedican canciones al movimiento.

Juegos Olímpicos de Barcelona.

La rumba catalana se reivindica ante el mundo en la clausura con Peret, Los Amaya o Los Manolos.

Ola de calor récord: 47° a la sombra en Murcia.

Kiko Veneno graba *Hace calor*: "Haz el amor (...) con el calor qué se puede hacer mejor".

Guerra de las Malvinas entre Argentina y Reino Unido.

La Junta Militar argentina prohíbe emitir música en inglés. Desarrollo del rock nacional.

Continúa la hambruna en Etiopía.

Se graba *We Are the World*, plagado de estrellas, y organizan los conciertos Live Aid.

Cae el muro de Berlín.

Canta Sabina en *El muro de Berlín*: "Ese tipo que va al club de golf, si lo hubieras visto ayer dando gritos de 'Yankee go home'".

V Centenario del descubrimiento de América.

"Celebrando masacrar, las mujeres y los niños por igual", braham Extremoduro.

ANTONIO OROZCO

TODO UN ÉXITO PARA LA GARGANTA



**TAMBIÉN EN
JARABE**

Apto para
niños a partir
de 1 año

**PRUEBA EL
PULVERIZADOR**

De aplicación rápida
y directo a la
garganta



**Ingredientes de origen natural
para la garganta**

Juanola®
DESDE 1906
própolis



www.juanola.es

En caso de duda consulte con un profesional



Napster llena los ordenadores de mp3 que no escucharemos.

Metallica denuncia a Napster y se vuelven impopulares abanderados antipiratería.

Se lanza el iPod y la tienda digital iTunes.

Por fin un escaparate legal para la música en Internet. En 2007, Apple sube la apuesta con el iPhone.



Último vuelo del avión supersónico Concorde.

Amaral canta: "Ya no verás volar el Concorde sobre nuestras cabezas" (*Concorde*).

Nacimiento de Facebook.

Diez años más tarde, Shakira es la primera celebridad en llegar a los 100 millones de seguidores.



Muere Michael Jackson.

Desde entonces es el famoso enterrado que más recauda. Supera cada año los 100 millones de dólares.



El 15-M inunda las calles.

La Fundación Robo publica canciones con temática activista de gente como Albert Pla o Silvia Pérez Cruz.



Estalla el escándalo WikiLeaks.

M.I.A. compone la sintonía del programa de TV de Julian Assange *The World Tomorrow*.



La computadora Deep Blue gana a Kasparov.

La canción *Deep Blue*, de Arcade Fire, habla de cómo la tecnología toma el control de nuestras vidas.

Aquí está el tercer milenio.

El 1 de enero empieza a sonar la pieza *Longplayer*, creación de un exmiembro de los Pogues, que acabará en 2999.

Youtube/ Spotify: el rey streaming.

El servicio de vídeos (2005), y el de música (2006), cambian la forma de consumir música.

Incendio del edificio Windsor en Madrid.

Pereza cantan "Mi corazón ardía como el Windsor".

Obama pronuncia el discurso Yes We Can.

Un mes después Will.i.am edita un single con ese título y la voz de varios famosos.

Entra en vigor la ley antitabaco en España.

Bebe defiende su derecho a echar humo en la canción *Yo fumo*.

Musical.ly: cualquiera puede ser la estrella.

La aplicación para grabarse cantando en *playback* ya tiene 90 millones de usuarios.



PARKS & RESORT

Por Navidad

Del 19 de noviembre al 8 de enero*

ENTRADAS
+HOTEL
HASTA
-50%
**
Dto.



PORTAVENTURAWORLD.COM



902 20 22 20

*PortAventura Park abierto solo sábados y domingos, excepto del 3/12/16 al 11/12/16 y del 24/12/16 al 8/1/17, que está abierto cada día.
**Descuento aplicable sobre la tarifa oficial por persona y noche. Oferta válida para reservas y estancias efectuadas hasta el 7/1/17, según calendario de apertura de hoteles. No aplicable a Media Pensión ni Pensión Completa. No incluido el impuesto por estancia en establecimientos turísticos. Consulta descuentos, condiciones, precios y disponibilidad en el 902 20 22 20, en www.portaventuraworld.com o en tu agencia de viajes.



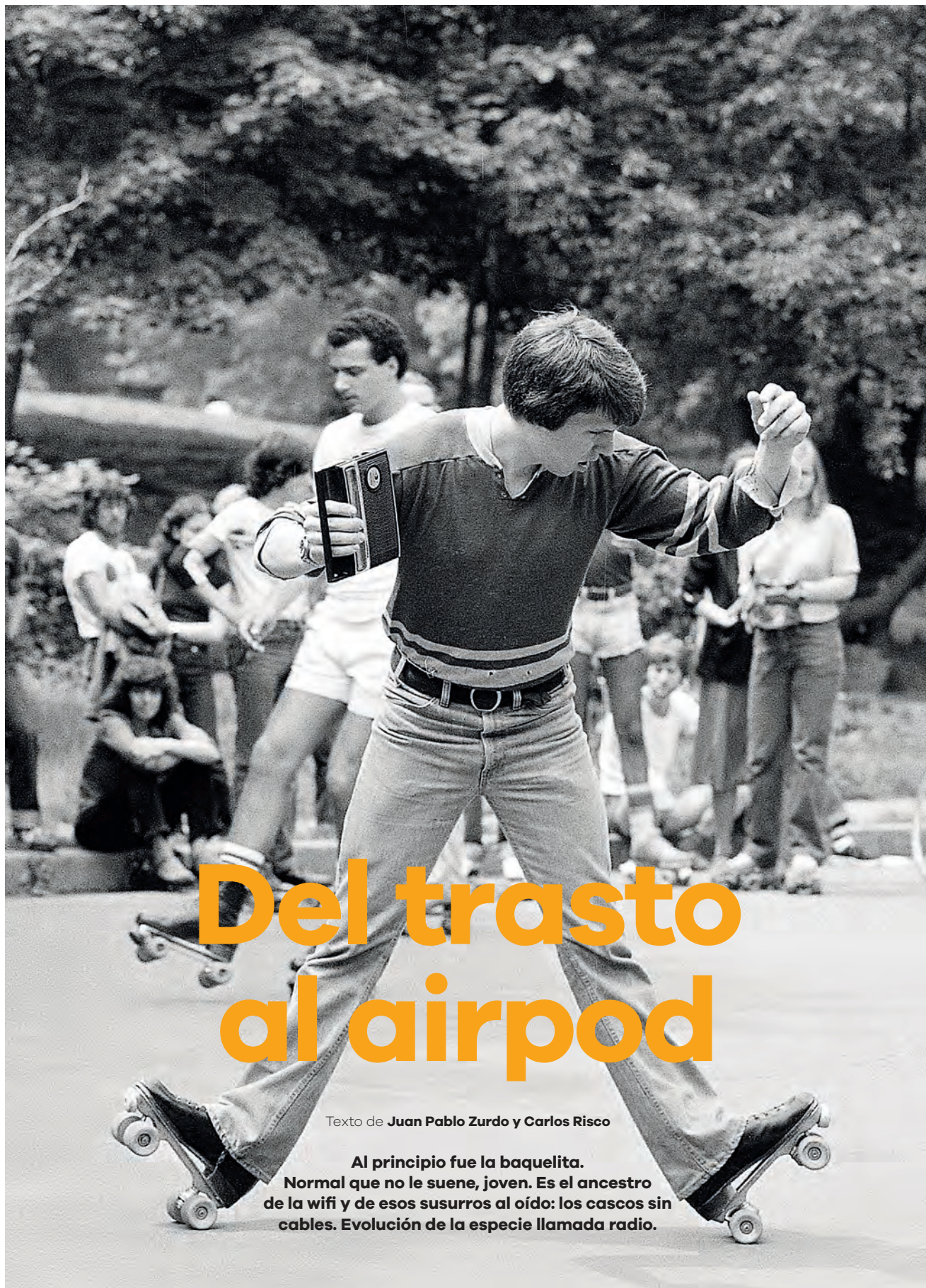
Y EN 2017 DESCUBRE
EN PORTAVENTURA WORLD
UN NUEVO PARQUE TEMÁTICO
ÚNICO EN EUROPA

GRAN APERTURA ABRIL 2017

¡TE ESPERAMOS!

Descubre más información en portaventuraworld.com





Del trasto al airpod

Texto de **Juan Pablo Zurdo y Carlos Risco**

**Al principio fue la baquelita.
Normal que no le suene, joven. Es el ancestro
de la wifi y de esos susurros al oído: los cascos sin
cables. Evolución de la especie llamada radio.**

A parte de las armas de destrucción masiva, pocos inventos evolucionan tanto como la tecnología de consumo.

Hoy la digitalización convierte en secuencias de ceros y unos cada impulso fonográfico. El audio se sube a la nube. De rastrear frecuencias en el dial, la tecnología ha saltado a redes sociales, *streaming* a la carta y emisoras 100% digitales que amenazan con relegar la FM a la galería de nostalgias. La radio ya no es un aparato único, reconocible, puede ser un servicio más en una tableta o un *smartphone*.

Pero antes de la era multidispositivo, sus antepasados fueron el tótem doméstico. Un artefacto acomodado sobre el mejor mueble del salón, un aparato de sonido al que se mira como a una tele, como si hablase o cantase él. Se hace miembro influyente de la familia.

Y después otro amigo callejero. En los sesenta, la miniaturización, las pilas y sobre todo el transistor regalan al mundo la radio portátil, que en honor a ese invento se apoda precisamente como "transistor". Todo comienza con el mítico modelo Regency TR-1, de Texas Instruments. Carcasa de plástico en nueve tonos –mandarina, verde bosque, nube gris...–, tamaño bolsillo, 312 gramos y batería con 20 horas de autonomía. Un adelantado a su tiempo. Un fetiche de coleccionista.

Esa radio portátil musicaliza la liberación sesentera. Es síntoma (de independencia) y hábito (de movimiento). Escucha lo que no quieren que escuches tus padres, llévate el concierto a la esquina, comparte ídolos con tu tribu o arroja a los demás tus gustos intocables. Baila bajo la lluvia con banda sonora.

En los ochenta, la radio se ennovia con la cassette en *walkmans* y primeras



Regency TR-1: transistor, portátil y adelantado a su tiempo.



RADIO A PEDALES, MANADAS ADOLESCENTES

Relegadas al desván o a la mera decoración: las radios a válvulas. Eran mono, de madera o baquelita (plástico primitivo), tardaban impacientes minutos en calentarse. Si sintonizaban sin interferencias, la calidad de audio era soberbia. Delicadas, olían a cable quemado y generaban calor. Cuando se desarrollan pilas con suficiente autonomía, les crece un asa, huyen del salón y salen a la calle. Los adolescentes sin espías adultos a la vista empiezan a organizarse en tribus de estilos a su alrededor.

Revivals

NO SON LO QUE PARECEN

Cómo disfrutar lo mejor de dos mundos: elegante carcasa y superconectividad *online*. Así, con radios de pasado por fuera y de futuro por dentro.



REVO SUPERCONNECT

Para muchos, la mejor radio hoy. El traje de nogal y aluminio encierra un equipo de sintonizadores digitales (DAB, DAB+, además de FM) y puertos inalámbricos. Mediante wifi o bluetooth se conecta a miles de emisoras por Internet, fuentes de *streaming* o servicios de música en línea como Spotify.



TIVOLI AUDIO ONE

Digital de línea retro con un poderoso sintonizador capaz de captar emisoras de poca o mínima intensidad. Caja de madera hecha a mano con un musculoso altavoz.



JOHN LEWIS SPECTRUM

Tecnología de aproximación NFC para su pareamiento con móviles y el *streaming* de radios digitales.



ROBERTS REVIVAL ISTREAM 2

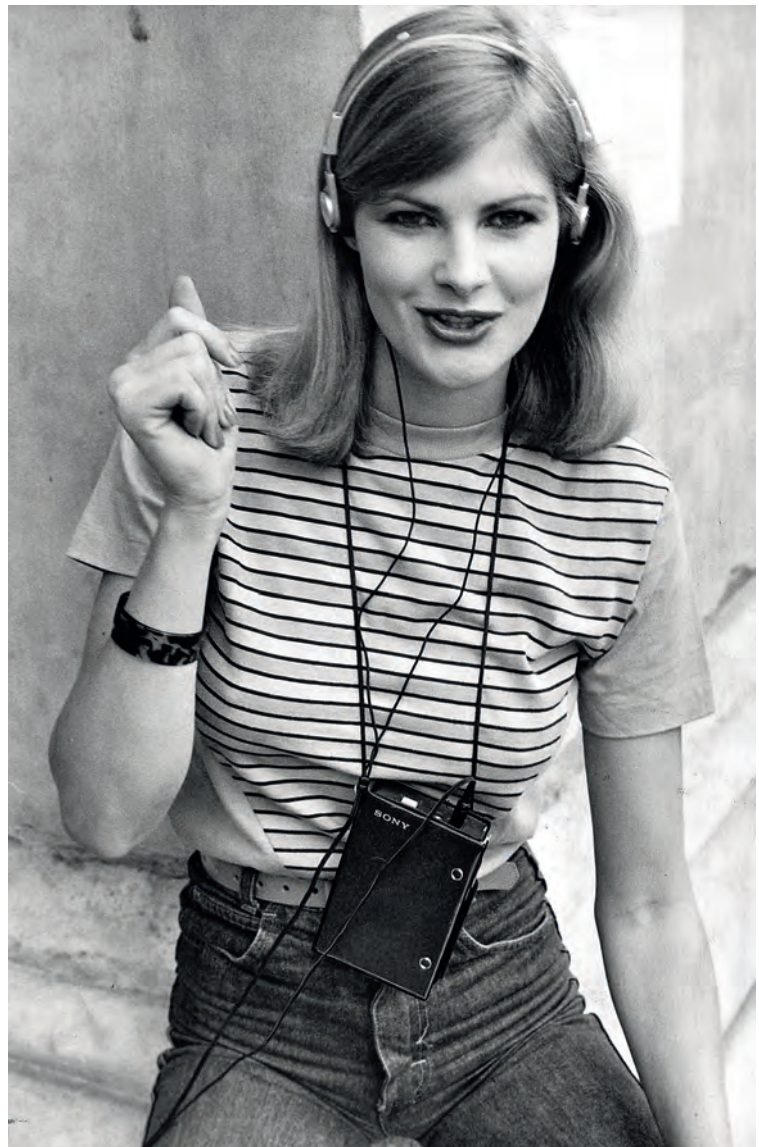
Digital con banda FM diseñada como un pequeño complemento portátil. Incorpora wifi, USB y bluetooth.

mixtapes. Botón Rec y pericia, solo basta eso para personalizar en una cinta tu propia lista de principales. Aquellas radios estéreo, alimentadas por un kilo de pilas de 1,5 voltios, proporcionan a sucesivas oleadas adolescentes letra y música de su rebeldía generacional.

Ojo, un respeto por los antepasados. Su elegancia estética vuelve, es tendencia. Y la sofisticación digital

no necesariamente implica más calidad de sonido. Un entusiasta analógico podría defender en un juicio los viejos equipos de válvulas de vacío, los amplificadores cuanto más pesados, mejor.

Tenga la piel y las tripas que tenga, la esencia continúa, la radio es toda la música. Sin ella seguiríamos bailando jotas. Y "pop" sería el sonido al estallar de una pompa de jabón.



Rex/Shutterstock

OYENTE A UN TRANSISTOR PEGADO

Aunque nacen en 1954, en los sesenta comienzan a popularizarse las radios de transistores rematadas en plástico y forradas de cuero. Dotadas de una pequeña antena extraíble, su tamaño se reduce hasta convertirse en un complemento, un símbolo de estilo de vida. Por fin incorporan una conexión mono para un auricular externo.

Getty Images



FIEBRE DEL BOOMBOX

Estéreos portátiles de los ochenta, fabricados por marcas japonesas: Sony, Sansui, Pioneer. Aunque también algunas europeas de diseño *jamesbond*: Grundig, Bang & Olufsen o Braun. Acercaron a las masas la dualidad casete-radio con gemelos de altavoces estéreo. Ese rito de callejeo con banda sonora marcó a generaciones. Destacan su capacidad multibanda, la alimentación de las cajas acústicas con carácter plano y las circuiterías sólidas.



ESCULTURA ESCANDINAVA

Bang & Olufsen Form 2
Alta tecnología. Estética revival. Calidad de sonido (sin procesos digitales) a la altura de la calidad de su diseño escandinavo.



TARIFA OBRA DE ARTE

Ultrason Edition 10
Alta definición de sonido. Rematados en madera fina y con almohadillas ergonómicas de piel de oveja etíope. ¿Te apetece? Prepara casi 2.000 euros.

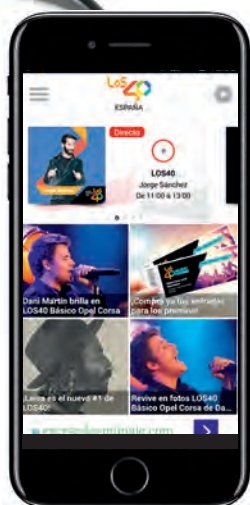


COLOR URBANO

Urbanears Plattan
Indiscretos y atractivos, flexibles, refinada acústica, con buena relación calidad / coste. Alrededor de 60 euros.

LISTA 'PRÊT-À-PORTER'

Digital es casi lo mismo que portátil, más independencia que autonomía, libertad de movimiento y libertad de contenidos. La radio de hoy y mañana (pasado, quién sabe) se escucha con auriculares. Aquí una camada de lo más apetecible.



SONIDO DE REFERENCIA

AKG Q701
Balance entre calidad acústica premium a un precio medium. En piel y aluminio.



LIBERTAD SIN CABLES

Apple AirPods
Los cascos blancos con los que Apple revolucionó la música digital renacen con el iPhone sin ataduras.

ESTÉTICA Y MÚSICA

Nos pone lo que se ponen

Texto de **Juan Pablo Zurdo**
y **Carlos Moral**

Dime cómo te vestes, te diré qué tocas. Y en qué década lo vestías y lo tocabas. Bowie y Camilo. Stones y Bravos. La Gaga y la Naranja. Abraham y Justin. Parecidos razonables de música / pintas.

La onda de radio no se ve, pero la música sí, en colores estampados. Escuchas una de Ramones y ves chupas de cuero. Una de Parálisis Permanente y visualizas un cardado, maquillaje pro ojeras.

Eso pasa porque la portada de un disco es una publicidad *fashion* y la foto del *popstar*, una pose de modelo. Lo más parecido a una pasarela: el escenario. El uniforme de un grupo marca tendencia en su tribu y el estilo sónico, un estilismo estético.

La historia de la música se explica como conflicto generacional constante. Cuando los hippies rechazan la formalidad de los cincuenta -jóvenes de 18 trajeados como adultos en misa-, se visten de *flower power*. Y cuando los punks abominan del buenismo hippy, de los tostones psicodélicos, la melena lacia y el virtuosismo instrumental, berrean temas de tres minutos, se clavan imperdibles y pasan dos horas diarias apuntalando la cresta.

Si la pinta es la identidad, imitarla es el carnet de miembro. ¿Cómo copian, versionan o innovan tendencias las bandas españolas? Más o menos así, en relaciones de pareja. ■■





Getty Images



Album

► DEBAJO DE LA CAPA SE ESCONDE UN YEYÉ

Cualquier país occidental tuvo sus Beatles locales. Aquí, Los Brincos. Nada de plagio: parecerse todo lo posible a los que todo lo hicieron posible probaba originalidad. En su etapa pre-hippy, los de Liverpool visten de *smart*, trajes ajustados y pantalones pitillo que tanto influyeron en lo Mod. Pero el plácet franquista exige concesiones de los melenudos, demostrar que el colonialismo cultural británico no es otra Union Jack en Gibraltar. Los de Junior y Juan Pardo van y cubren con hidalgas capas españolas el atuendo yeyé. ■■

► SUS SATÁNICAS BOUTIQUES

Los de Jagger marcan distancias textiles con más colorido, más cuero, boutiques de Carnaby Street, botines Chelsea, pañuelos. Más rockero el maniquí. El tópico dice que ellos fueron los golfos y los Beatles, los ñoños. Pero un macarra de verdad, Lemmy Kilmister -“No imites mi estilo de vida, no sobrevivirás”- los conoció detrás del escenario y decía que para nada, que los de Liverpool eran los duros reales, barrio chungo, clase obrera. Otro mito: los Bravos equivalen aquí a los Rolling, un poco por la actitud, otro poco por la pinta del cantante. A pesar de llamarse nada menos que Michael Volker Kogel, por la gloria de su madre se rebautiza Mike Kennedy. ■■

Getty Images / EFE



Getty Images / Willy Rizzo / Getty Images



► CHICAS, MÁS CHICAS, POR FIN

En los sesenta conviven el arado romano y el proyecto Concorde. La Sección Femenina con la disección feminista. Empieza a avanzar la paridad pop. Francia tiene a Françoise Hardy (en la foto), tan elegante de cuna que le basta vestir de calle; a France Gall, tan inocente que no pilla el doble sentido de su tema *Les sucettes* (*Las piruletas*). En Italia, toque andrógino de la Pavone con su corte de pelo *garçon*. España propone a Concha Velasco, la “chiquita de Valladolid”, *look* doméstico para que lo copien fácil las chiquitas de cualquier parte. Y Karina, cuyo progresivo atrevimiento añade al chuche tonos frutales y más y más lentejuelas. ■■



► GLAMOUR DE NUESTRO CAMILO

Bowie, un mundo aparte incluso en la libérrima ambigüedad sexual. Camaleón, pero camaleón marciano. Estrella cósmica, valga la redundancia. Diseñador incapaz de limitarse a un corsé mental, capaz de vestir corsé de duquesa. El duque se permite como nadie tensar, extralimitar, maquillar, teñirse de verde antes del punk o un parche pirata en el ojo (derecho, el azul). Gracias a su histrionismo estético, hoy se puede travestir la música por tradición. Hasta Tino Casal o McNamara, no consta el glam hispano. Un precedente cogido por los pelos bajo capas de laca, trajes coloridos, ecos de ópera rock y cierta feminidad: Camilo Sesto. ■



Agustín Triaslos (Camilo) / Terry O'Neill (Bowie)

► NO PODEMOS SER MÁS (POETAS) DE BARRIO

The Doors: sesentas pero casual. Gente centrada en crear, no en presumir. Un momento, solo tres. No el cuarto. El look de Jim Morrison va por libre y por delante. Pantalones guante, a medida, corte recto, ingredientes rock-hippy más ideas propias, media melena equidistante. Ese *mix* lo homologa para las cuatro décadas siguientes. Como su música, demasiado personal y ajena a cánones para envejecer. Aunque muy diferente en vestidor, fue cercano en musas Jesús de la Rosa, grande de Triana. Nació con percha. Cualquier ropa chico de barrio le queda bien en la forma porque gasta más fondo de alma que de armario. ■■

Getty Images



© Gtres Online (Pecos)/ Getty (Abba)



► LOS CHICOS DE ORO SE FORRAN DE PLATA

Los caminos de la influencia son inescrutables. Pecos bebían más de la canción melódica que del disco, pero sin el diseño estrambótico de los setenta jamás se hubieran atrevido con trajes plateados o blancos-con-fajín-rosa. Primero algún grupo nórdico debía entrar por los ojos del pueblo a través de la tele: Abba y Eurovisión. Con esas melodías pegadizas, tan familiares, pasaban de contrabando sus pintas y ensanchaban el calibre de la tolerancia estética. Pocos años antes, el español medio hubiera pensado que los Abba del 74 –azules y naranjas eléctricos, platos, gorrito de punto, cadenas...– eran una alegre *troupe* de payasos. ■■



Alberto García Alix (Alaska) / Getty Images (Ramones)

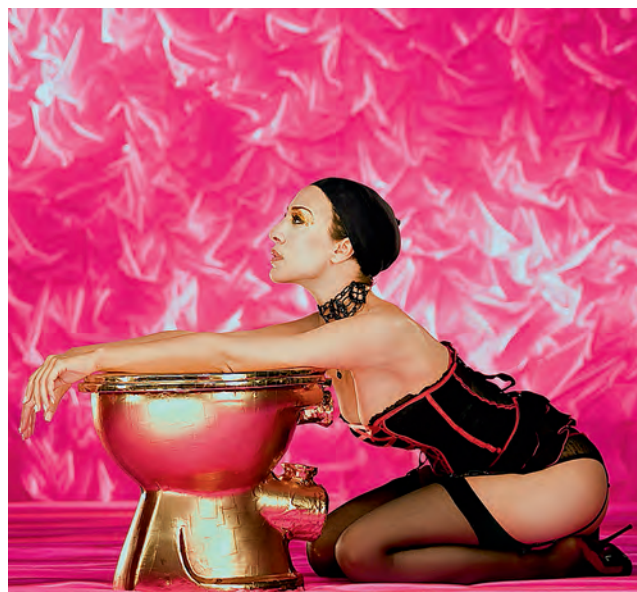
► MÁS VALE SER PUNKY, ¿VALE?

Podría escribirse una historia política a partir de la historia de la música. El punk oficial nace entre el 75 –Ramones– y el 77 –Sex Pistols–. Qué casualidad, la muerte del caudillo y el regreso de la democracia. Justo por eso, el punk irrumpe casi de inmediato. Las ganas que tenía media España. Ya no hay que esperar años hasta que se adapta un género, ni siquiera si es tan extremo como el punkarra. Kaka de Luxe, con Alaska adolescente, es el semillero de músicas y estéticas entre punk, góticas y el todo vale: por ejemplo Manolo Campoamor vestido de blanco con gorro de azafata. Exportable y a la vez local, por fin. ■

► ROMPO LA PANA VESTIDO DE ABUELO

El grunge refleja el existencialismo o el aburrimiento que cualquier adolescente puede permitirse, al menos en Seattle. Nirvana se ponían ropa de desván y así proclamaban "no me importa mi aspecto". Estética antiestética genuina. Pero como no todos sus seguidores tienen ropa de abuelo, o si la tienen es una purria que no les queda bien -la vanidad no desaparece, solo se finge su desaparición-, hay que comprarla. La demanda hace la oferta: acaba vendiéndose en masa como la voz visual de una generación. Dover siguieron esa consigna hasta que las camisetas de leñador se quedaron viejas por demodés, no por edad. ■■

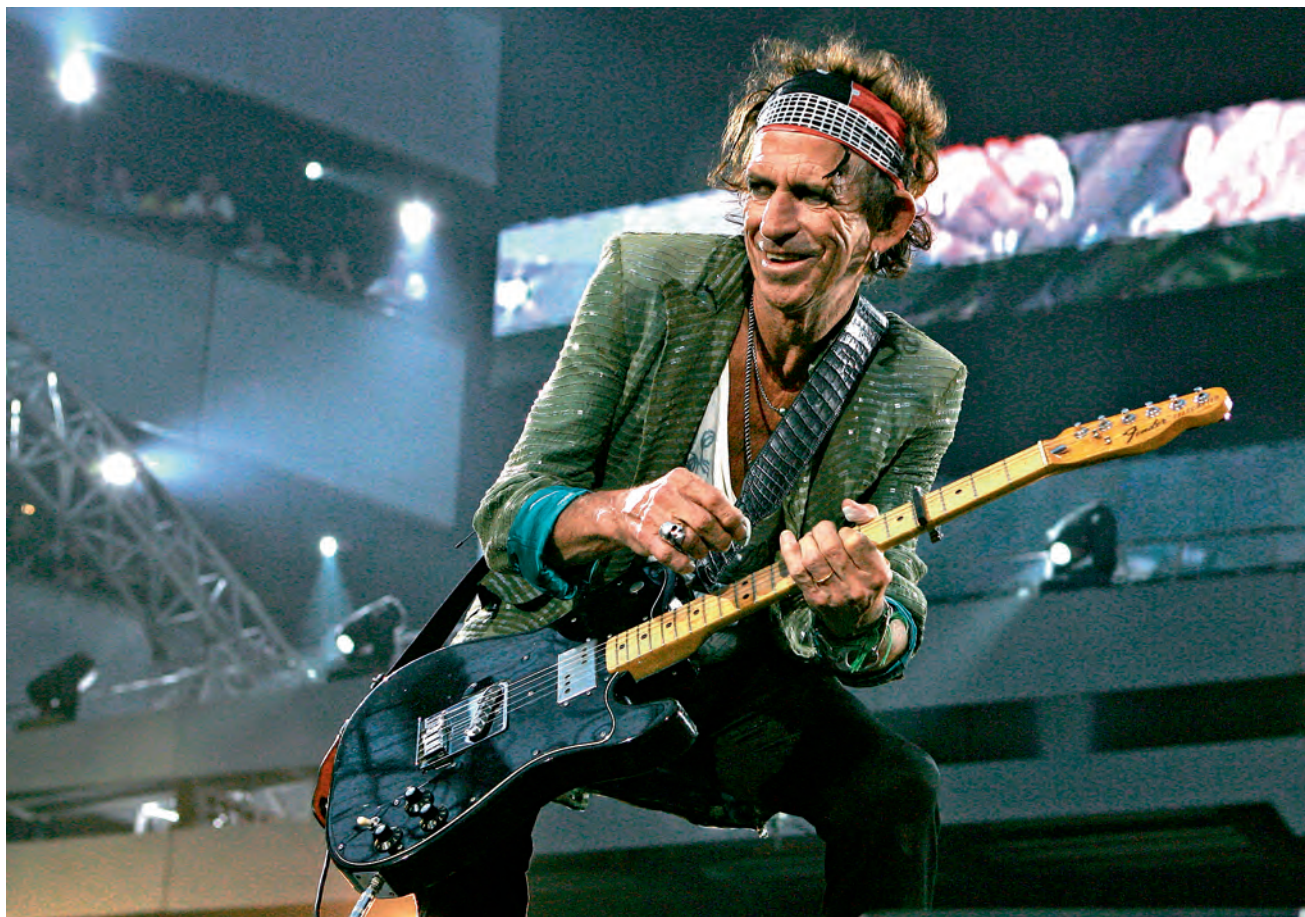
EFE / Getty Images



Europa Press (Naranjo)

► SE TE ADELANTÓ LA LOBA NARANJO

Al principio fue Madonna. Sin ella Lady Gaga no sería factible, sin desmerecer la delirante creatividad de la cantante, o de su asesoría de imagen, o de su departamento completo de estilistas, que no cualquiera se viste con un forro de filetes -no pudo ponerse ratones fosforescentes con ADN de medusa, la ciencia transgénica no los había inventado aún-. Nuestra Mónica Naranjo tampoco desmerece en carácter, chorro, épica. Y un tipo más rotundo que Stefani Joanne Angelina Germanotta. En la gira de *Sobreviviré* despliega una colección completa de diseños precursores. Ocho años antes del *Cara de póker* de Lady Gaga. ■■



► SALIÓ PIRATA, COMO SU PADRE

La ropa no es más que ropa si debajo no hay actitud. Chisteras, *fulards* de muselina de seda, sombreros de ala ancha casi Alatrísteles, satenes, chalecos, casacas militares retro... ¿A qué suena? Al padre o tal vez el padrino del macarrismo, a la horma del corsario de escenario, al papá de Jack Sparrow, a la inspiración de Leiva: o sea, cómo decora Mister Keith Richards su cuerpo de *riff*. El cantante español coincide con el guitarrista Stone en otras ventajas de serie. Sin ellas es difícil que cada foto sea digna de carátula: carne magra, piernas de alambre y tallas de sección infantil. ■



Thomas Canet (Leiva) / Getty Images (Keith Richards)

► ESPEJITO, ADIVINA QUIÉN SERÁ MAÑANA

Con Héroes del Silencio demostró que se puede vestir de rock ortodoxo y a la vez tener un aspecto adorable para la chica más pija de la urbanización. Bunbury ya apuntaba que la fusión *fashion* debe ser tan libre como la fusión sonora. Desde entonces, al espejo de su vestidor le resulta impredecible. A veces estética tirando a *country*, otras clásico cuero pero con diseño de autor, o luto satinado tributo al último Nobel de Literatura. No, Bunbury no es percha de una sola pareja. Según su fase lunar, puede brillar como Michael Hutchence (abajo, en la foto), malgrado de INXS, o proyectar el halo crepuscular de un Nick Cave. Sin dejar de ser el auténtico él. ■

Rex Shutterstock (Hutchence)



Alfredo Arias (Abraham Mateo)



► LE FAVORECE CASI TODO EL CENTRO COMERCIAL

Abraham Mateo es un chico de su tiempo. Y del tiempo que le dedica su estilista, no muy diferente del de Justin Bieber, seguro. Renueva piel cada disco: lo que funciona en música comercial no se toca, lo que funciona en estética musical sí, a cada rato. A los *teenagers* no les marcas sin marcas. Abraham puede potenciar su lado de rapero bueno, de rey de instituto, de calculado casual... O en concierto puede enfundarse un uniforme de cuero futurista. Negro para que destaque la luz de ese cutis. Rivalidad constante entre su escultura capilar y su inagotable colección de gorras / sombreros. ■

HALLOWEEN



HALLOWEEN
YOUR PERFUMES. YOUR DREAMS.

Obseso de la radio total

**JAVIER PONS**

*DIRECTOR DE LOS40
DE 1996 A 2000*

Especialista en evolucionar, revolucionar, adaptarse a los tiempos para ir por delante de ellos. Su obsesión: una radio sin etiquetas, para toda clase de oyentes y hasta de no oyentes (hasta que él los convenció). Ideó hits-mitos como *Anda ya* o *En tu casa o en la mía*. Abrió las orejas de la emisora y sus fans al indie (que si es bueno, es comercial, claro) y asistió en vivo al lanzamiento fulgurante de perlas como *Corazón partío*.

Ilustración de **Mauco Sosa**

"Todos disfrutamos unos estupendos días con Alejandro, imaginando pero sin certeza (como siempre en el arte) lo que aquella canción iba a suponer".

Me nombraron director de Los 40 Principales en Septiembre de 1996. Era una responsabilidad enorme y un gusto ponerse a los mandos de la primera cadena de música del país tras Rafa Revert y Luis Merino y después de mi paso por M80 y la aventura francesa de LOS40 (parece una guía de tráfico).

Entonces sonaban fuerte en la emisora Celtas Cortos, Alejandro Sanz (antes del *boom* de *Corazón partío*), Luz Casal, Los Rodríguez, Joaquín Sabina o Danza Invisible, entre los artistas nacionales, y Gloria Estefan, Ricky Martin, Cranberries, Bon Jovi y, claro, Michael Jackson, internacionales.

El primer recuerdo que tengo fue la incorporación de los "cantautores" a LOS40. Habían explotado en la calle sobre todo (con mención especial al bar madrileño Libertad 8) y en alguna que otra emisora de la competencia. En LOS40 no habían entrado todavía porque nosotros mismos y la industria no acabábamos de estar seguros de que no fuera una moda pasajera y minoritaria.

Pero el runrún de la calle nos convenció de que era una apuesta que había que hacer, así que en muy poco tiempo invadieron nuestra lista Rosana, Javier Álvarez, Ella Baila Sola y hasta Pedro Guerra. Era extraño escuchar a Luis Miguel o a las Spice Girls seguidas de las Lunas rotas de Rosana, pero LOS40 se han distinguido siempre por poner lo que la gente quiere escuchar y este fenómeno no fue excepción.

Y, curiosamente, junto a ese fenómeno de artistas nacidos en locales pequeños casi desconocidos irrumpió otro fenómeno, una *girl band* perfectamente diseñada para triunfar: las Spice Girls, que con su *Wannabe* rompieron todos los récords de permanencia en nuestra lista y en la de discos más vendidos en España y en el mundo.

Las Spice vinieron a España y recuerdo el día en el que en un centro comercial de Madrid convocamos a sus fans para una firma de discos y una mini-actuación en playback. La convocatoria nos desbordó totalmente y cerca de 20.000 personas acudieron a ver a las cinco chicas más famosas del mundo en ese instante. No pasó nada malo, pero la angustia que nos asaltó a todo el equipo cuando vimos a esa multitud para la que no se había preparado seguridad ni servicios suficientes... nos sirvió de lección para el futuro.

En cuanto a los programas, sí tengo que destacar tres lanzamientos especiales bajo mi dirección.

Apuntaría primero, sin duda, a *Anda ya*. Acababa de nacer mi primera hija, Alba, y gracias a sus desvelos nocturnos me pasaba una gran parte de la noche escuchando a Juanma Ortega en LOS40. Cubría el turno de noche con una mezcla de música y personajes en los que el humor destacaba.

Hasta que un día decidí llamarlo a mi despacho y proponerle que hiciera una maqueta para liderar el *morning show* de la cadena.

No se trataba de inventar la rueda, sino de adaptar a nuestra emisora un formato de éxito en la mayoría de cadenas anglosajonas. Y en 15 días tuvimos una primera maqueta de Juanma que, junto a Rosa Rosado, el gamberro –que luego también haría carrera– Isidro Montalvo y otros colaboradores, perpetraron *Anda ya*, un *morning* que aún hoy es líder de la radio musical en España y compite por el liderazgo general con los grandes magazines informativos.

Otro de los momentos interesantes de esa época fue la creación de un programa de sexo en el que la audiencia más joven y no tan joven pudiera aclarar sus dudas en ese terreno. Mientras dirigía en

París la prima francesa de LOS40 (llamada M40), allí había tenido que sufrir el enorme éxito de un programa de sexo que Fun Radio popularizó entre los más jóvenes.

En Madrid hice un *casting* con sexólogas y, entre las muchas profesionales que recibí, me llamó la atención la naturalidad de una jovencísima Lorena Berdún, que ya hacía alguna colaboración en esa línea en la revista adolescente *Bravo*.

Preparamos el formato, le pusimos a Lorena en el tono y ritmo de una radio (nunca lo había hecho) y lanzamos *En tu casa o en la mía* por las noches, un programa que tuvo un enorme éxito y repercusión. Tanto, que de la radio Lorena luego saltaría a la televisión, primero autonómica y después nacional, convirtiéndose en una estrella.

Finalmente yo tenía una obsesión por convertir a LOS40 en una radio más abierta y que no solo tuviera la etiqueta de "comercial": una radio para todos.

Así preparé con mi equipo (Jaume Baró, Eva Cebrián) un programa que respondiera a otro fenómeno musical emergente: el indie español.

En un momento en el que sellos como Subterfuge o Elefant estaban comenzando a convertirse en una alternativa nacional e indie a las grandes multinacionales, lanzamos *Viaje a los Sueños Polares*, con Joako Ezpeleta y Luis Calvo, que acercaron a la primera cadena del país (no sin reticencias de algunos sectores) los éxitos de la música alternativa.

En ese intento de abrir LOS40 a la sociedad más todavía creamos una iniciativa solidaria que se tradujo en unos espacios en antena donde las ONG podían publicitar sus acciones y objetivos, y un festival que con el tiempo se ha convertido en

la cita más importante musical del país (lo que ahora serían LOS40 Awards), que tuvo su primer evento en el palacio de Deportes de Madrid con la actuación de los principales artistas nacionales e internacionales de la época.

Para cerrar este artículo quisiera mencionar a Alejandro Sanz: tuvimos la oportunidad y el privilegio de compartir con él el lanzamiento y éxito inmediato mundial del *Corazón partío*, el trabajo que consolidó su carrera y lo lanzó al lugar donde se encuentra hoy: una referencia de la música latina.

Recuerdo la presentación mundial en México, país que mucho más tarde me acogió con cariño, donde todos disfrutamos de unos estupendos días con Alejandro, imaginando pero sin certeza (como siempre en el arte) lo que aquella canción iba a suponer.

Tres años de mi vida y de mi carrera que compartí con muchísimos compañeros como el recordado Joaquín Luqui, Fernandisco, Juanma Ortega, un joven y ya prometedor Tony Aguilar, Rosa Rosado, Lorena Berdún, Luis y Joako y todos los DJs más o menos conocidos a nivel nacional pero que desde sus ciudades lideraban la audiencia de la radio musical con pasión y talento.

Dieciséis años más tarde, sigo sintiendo pasión por la radio y por la música. Como cantarían los AC/DC: "For those about to rock / We salute you". ■

**"Como
cantarían
los AC/DC:
For those
about to
rock / We
salute you"**

EL FENÓMENO FAN

La rebelión de las hormonas **114**

Kit para ir de conciertos (1986-2016) **122**

Y el pop hizo tuit **124**

4

Texto de
Miguel Ángel Bargaño

Alejandro Sanz, el ídolo con más números 1 de LOS40. Le sigue Miguel Bosé. Camilo Sesto, líder en semanas encaramado al primer puesto. El estrellato de los grandes no sería tanto si la radio no enciende la emoción, sobre todo adolescente. Suspirando y/o desgañitándose, sufriendo de placer.

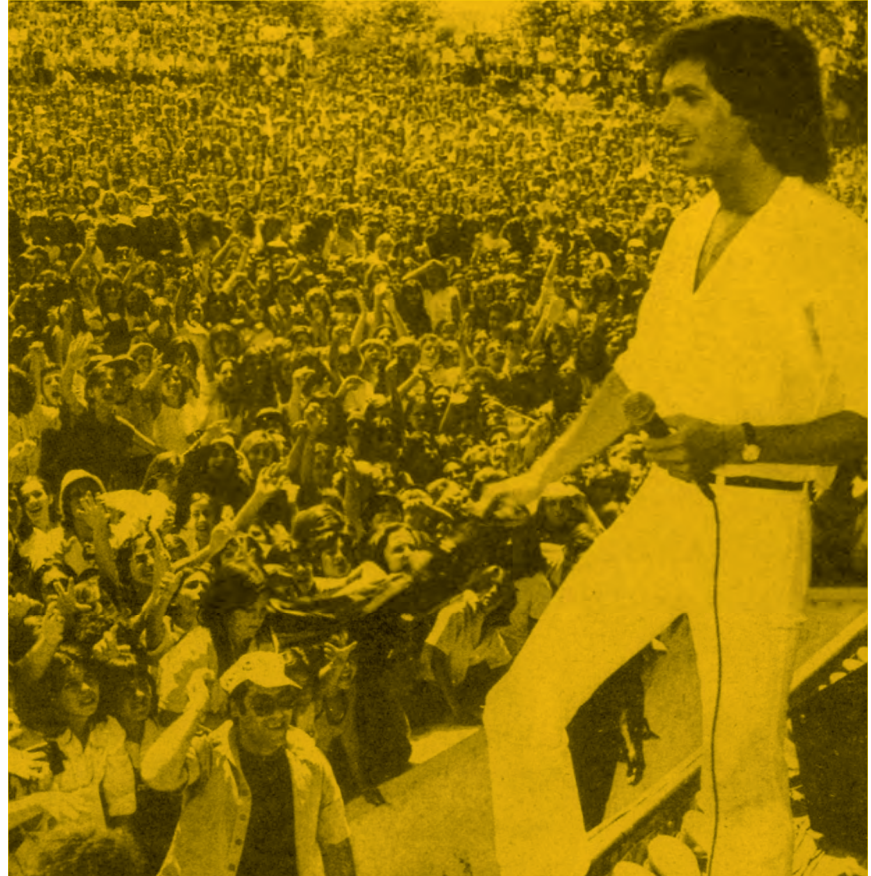
Rebelión de las hormonas



E

El 20 de enero de 1973, Camilo Sesto probablemente brinda con champán. Prometedor cantante de 26 años, trepa por primera vez a la cima de la lista con *Amor... amar*. Vive la mutación hacia estrella: el año anterior, su primer single, *Algo de mí*, permanece 11 semanas en el número 1 de *Los Superventas*, la lista elaborada por la Cadena SER. Camilo inicia así su reinado de 52 semanas como tope de LOS40 –18 canciones, la última, en 1984–. Nadie, ni Michael Jackson, ni Madonna, ha superado esa cifra de permanencia. De esta forma inaugura lo que se da en llamar el fenómeno fans, una línea que llega hasta nuestros días con Auryn, Abraham Mateo o Sweet California.

Camilo lanza su foulard al público.
Se desconoce el número de heridos.



©Archivo de El Gran Musical

De acuerdo: los adolescentes españoles, principalmente ellas, ya llevan unos años desgañitándose. En los sesenta, el Dúo Dinámico y Los Brincos arrastran tras de sí hordas de hormonas. Pero Camilo Sesto acuña un nuevo estilo de cantante, no exactamente melódico ni genuinamente pop, sino una mezcla de ambas cosas. Y con un atractivo físico como para que su rostro estampe revistas del corazón lo mismo que publicaciones musicales. En los años siguientes el formato se desvirtúa, aparecen cantantes que brillan más por sus facciones que por su talento –eso justifica en muchos casos la mala fama del ídolo de quinceañeras–. Pero no Camilo, Camilo, además de guapo, tiene arte para dar y tomar, para cantar y componer sus propias canciones.

Brújula del pop español, LOS40 incuban los grandes fenómenos fans del país. Los cambios en la sociedad española en los setenta permiten a los jóvenes desmelenarse y la industria de la música saca tajada de ello. A rebufo del éxito de Camilo, las discográficas llenan los anaqueles con discos de otros cantantes masculinos de cara bonita.

Mientras los autores de la canción protesta pierden palestra y razón de ser, crepitan la música disco y el rock. En 1977 nace la revista *Súper pop*, centrada exclusivamente en difundir contenidos de ese tipo de intérpretes. Mientras, las matinales de *El gran musical* se convierten en el reflejo de una nueva generación de artistas que iba a volver del revés el pop español. Más descarado, más sexy. ■

BOSÉ NACIÓ NÚMERO 1

© Ricardo Martín



Miguel Bosé: máquina de firmar. Su autógrafo, gracias.

El primero de esos cantantes jóvenes y *sexies*: Miguel Bosé. En 1975, con 19 años, era toda una celebridad en calidad de hijo –Lucía Bosé y Luis Miguel Dominguín; además, ahijado de Picasso–. Ya había publicado en Ariola dos singles producidos y escritos precisamente por Camilo Sesto. “Sé que muchos se han presentado como descubridores de Miguel, pero fui realmente yo el que le metí en el mundo de la música”, proclama Camilo en la autobiografía que ilustra su web. Lucía Bosé era íntima amiga suya, y además autora de la letra de *Amor... amar*, aquel primer número 1 en la lista de LOS40 del ídolo alcoyano. En 1976, CBS pesca al prometedor Bosé para relanzarlo como ídolo juvenil de corte bastante más atrevido.

“Cuando me encuentro con Miguel en Roma, él ya no está haciendo nada en la música”, recuerda José Luis Gil, que había trabajado en CBS y en esas fechas era el mánager de Raffaella Carrá. “Miguel dejó España, se fue a Italia y empezó a hacer cine. Me limité a decirle que era todo un personaje y eso podría ayudarle a hacer carrera de cantante si realmente le gustaba”. El joven respondió con interés y Gil le propuso escoger cuatro canciones para grabar una maqueta. “Miguel hizo las letras en español. Le dije que era importante cantar algo que él sintiera”.

Gil le envió la maqueta a su antiguo jefe Tomás Muñoz, presidente de CBS, que se entusiasma y lleva él mismo un contrato a Roma. Bosé lo firma en un restaurante del Trastévere. En diciembre del 76, Gil entra a trabajar en Hispavox como director general, y sin embargo puede llevar a buen término el primer disco de Bosé con la competencia. Se presenta a bombo y platillo en abril de 1977 en el programa de TVE *Esta noche... fiesta*, un espacio de variedades presentado por José María Íñigo.

Es inusual que un cantante primerizo se estrene en horario de máxima audiencia en la televisión nacional. Y también que su actuación esté precedida por una entrevista a sus padres, presentes entre el público. Es la guinda final a una estrategia calculada con precisión quirúrgica por los directivos de CBS. Hasta el single se escoge con intención: *Linda*, una canción con la que los italianos I Pooh habían arrasado en su país.

CBS tiene los derechos de edición del tema en España y la leyenda cuenta que en vez de publicar el single de I Pooh, la discográfica retiene la canción y se la brinda a su joven apuesta. José Luis Gil discrepa, defiende que I Pooh era un grupo de rock que difícilmente hubiera generado aceptación en España. En cualquier caso, *Linda* tiene impacto en la versión de Bosé. Número 1 de LOS40 en junio de 1977. Cuando meses más tarde el disco de I Pooh por fin se publica en España, nadie le presta atención. Con el tiempo, Bosé reconduciría su carrera con menos concesiones a la comercialidad y para públicos muy diversos. ■

TEQUILAZO DE ROCK & ROLL

Mientras Bosé hace añicos el concepto de cantante melódico, el rock español empieza a transformarse. El sello Chapa Discos, división de Zafiro, ya publicaba un pelotón de bandas de rock urbano. Entre los favoritos de su productor, Vicente Mariscal Romero, figura un quinteto de dos argentinos y tres españoles llamado Tequila. De hecho, Romero produce su primer disco (*Matrícula de honor*, 1978), pero el sonido es tan distinto al del resto de grupos de la discográfica –nada de agrios lamentos de extrarradio, sino rock and roll instantáneo y con nervio adolescente–, que Zafiro decide publicarlo bajo el sello Novola en vez de Chapa.



© Archivo de El Gran Musical

La idolatría caótica de sus fans les hace escribir pancartas como "Tequila me quila" (sic).

Con temas como *Necesito un trago* –su primer número 1 en LOS40– y *Rock and roll en la plaza del pueblo*, Tequila se convierte en un grupo único de la historia musical en España. Aunque con credenciales rockeras –se habían fogueado con Ñu, Coz y Burning–, su lanzamiento se orienta descaradamente hacia las fans, que abarrotan sus legendarias apariciones en *El Gran Musical* con gritos y pancartas. Las arrebató la provocativa presencia del cantante, Alejo Stivel, y el guitarrista con cara de ángel, Ariel Rot.

Recuerda Alejo: “Las chicas estaban hartas de tanta balada almibarada y de esos cantantes melódicos sosos. Pero era lo que les daban. Que está muy bien, pero tenían la adrenalina que les salía por los poros y se volvían locas, no solo los chicos. Les dimos algo para poder canalizar esa locura”.

“Para nosotros todo eso de darles pancartas a las seguidoras y cuidar los clubes de fans era chino”, cuenta Rot en

su biografía *Sin vuelta atrás*, escrita por Juan Puchades.

“Zafiro se basó en el esquema de los sesenta y pensaron en repetir lo mismo, la Tequila-manía y esas cosas. Tequila podría haber funcionado sin todo eso, pero tampoco habría sido Tequila”.

Pese a la estética algo rancia de su primera portada –aparecen vestidos de colegiales–, el quinteto confía sus siguientes cubiertas al diseñador argentino Gatti, con una imagen más sofisticada y colorista, precursora de la Nueva Ola que estaba a punto de cambiarlo todo. Temas como *Me vuelvo loco* (1979), *Dime que me quieres* (1980) y *Salta!!* (1981) también consiguen el primer puesto de la lista de LOS40. ■

FOTOS DE PECOS EN TODAS LAS CARPETAS

Los grandes rivales de Tequila en la locura fan tienen poco o nada que ver con ellos: Pecos, los hermanos Francisco Javier y Pedro José Herrero, de San Cristóbal, barrio del sur de Madrid. Dulcifican el concepto de cantautor, cautivan a cientos de miles de jovencitas con letras emocionales y voces angélicas. Los descubre Miguel Ángel Arenas, *Capi*, a la semana de empezar a trabajar como cazatalentos en CBS. “Vinieron a verme al despacho. Yo estaba con una resaca horrible”, recuerda *Capi*. “Les pregunté si traían alguna cinta y me dijeron: ‘No, venimos a cantar’. Nada más abrir la boca me di cuenta del sonido tan espectacular que tenía la voz de Javier [el rubio] y que cantaban historias de la calle, de su barrio, de su vida. Ese mismo día firmaron el contrato”.

El dúo encuentra en la figura de Joaquín Luqui su principal valedor en la radio. “Era un sabio, además de un gran comunicador y un visionario, porque estaba en la calle”, opina *Capi*. “Joaquín empezó a creer en ellos. Llevaba a los chiquillos a la radio. La grandeza de LOS40 fue tener artistas todos los días allí en directo contando su vida. Y la cosa creció, creció... La anécdota más grande es que con Pecos fue la primera vez que se tuvo que cortar la Gran Vía de la enorme multitud de gente que fue a celebrar el cumpleaños de Pedro”. ■



MECANO, DE ACTUAR POR UNA CENA A MERENDARSE LA LISTA



© Album

Ana Torroja, se cuela en tu fiesta
y luego no se puede levantar.

El Big Bang de la Nueva Ola también tiene su legión de fans, seguramente la única de un grupo con chica al frente: Mecano. Luis Merino, que a principios de los ochenta es jefe de programas de Radio Valencia y Radio Mediterráneo, los escucha por primera vez en una de las reuniones de los martes en Los 40 Principales, a las que acudían los coordinadores de las emisoras de varias ciudades. “La selección de canciones que se hacía en aquellos días se basaba en rojos preceptivos, o canciones que todas las emisoras de LOS40 debían programar obligatoriamente, y rojos optativos, que cada delegación podía programar o no, en función de los gustos de su audiencia”, explica Merino. “Eso permitía que cada provincia hiciera sus apuestas. Por ejemplo, Valencia tenía mucho en común con Bilbao, pero poco que ver con Madrid”.

Aunque está programando a Mecano en Valencia, Merino no es consciente de la grandeza del trío hasta que escucha *Hoy no me puedo levantar* como un oyente más. “En un viaje de vacaciones en coche, oigo a la locutora Rosa Chaves presentar a Mecano. Y lo primero que me recuerda es a Vainica Doble, en tecno. Me propuse desarrollar una campaña muy fuerte en Valencia, para demostrar que allí hacíamos éxitos”. Pero el primer single se atasca y a punto está de caerse de LOS40. Merino convence al grupo para que

actúen en Valencia, en la discoteca Green Village, y gratis –“les invitaron a cenar, eso sí”–. Al cabo de unas semanas, descubre que el 85% de las 15.500 copias vendidas se habían despachado en la capital levantina. Para entonces el disco ya ha salido de LOS40. “Hablé con Rafael Revert [creador y director de la cadena] y le dije: ‘Se nos escapa un grupo muy bueno, y ha sido una emisora de LOS40 la que ha estado apostando por ellos’. Revert accede, *Hoy no me puedo levantar* vuelve a entrar y el segundo single, *Me colé en una fiesta*, alcanza el número 1 en mayo de 1982. En marzo, Luis Merino entrega el primer disco de oro a Mecano por su álbum de debut.

“Hay dos tipos de artistas de fans. Los prefabricados para fans y los grandes artistas que tienen fans. Mecano además tienen fans, pero ante todo son grandes artistas”, sentencia Merino. “Su éxito se debe a una conjunción de factores. Tenían dos compositores que se complementaban entre sí. Una formación inusual, una chica y dos chicos, y ellos no cantan. Y luego la simpatía: son gente tremendamente simpática. ¡Cómo no van a tener fans!”. ■■

A ELLAS LES GUSTAN LOS HOMBRES (G) DIVERTIDOS

"Aquello fue acojonante, inaudito. Nunca habíamos visto tanta gente delante del escenario cantando nuestras canciones"



©Archivo de El Gran Musical

David Summers, rodeado.
¿De chicas cocodrilo?

La ciudad de Valencia también tiene un peso decisivo en la consolidación de Hombres G. El cuarteto madrileño procede de la pujante escena independiente –habían grabado dos singles en el sello Lollipop– y su música suena en algunos programas de Radio 3. Al poco, el locutor Luis Vaquero, de LOS40, comienza a radiar sus canciones una y otra vez por las noches. “Fue el primero o de los primeros amigos que tuvimos en LOS40 en aquella época, amistad que aún conservamos”, comenta David Summers, cantante y bajista del grupo.

Septiembre de 1985, Hombres G sitúan por primera vez una canción en lo alto de la lista: *Venezia*. Meses después repiten con *Dejad que las niñas se acerquen a mí* y *Marta tiene un marcapasos*. Los divertidos directos de la banda dejan huella, pero ninguno como el de marzo de 1986 en el cauce del Turia, Valencia. Las crónicas hablan de 200.000 espectadores.

“Aquello fue acojonante, inaudito”, evoca Summers. “Nunca habíamos visto tanta gente delante del escenario cantando nuestras canciones. Veníamos de tocar la

noche antes, el concierto era por la mañana, creo recordar, probablemente con resaca... fue tremendo. Éramos unos chavales, flipábamos con todo lo que nos pasaba. Menos mal que lo tomamos con sentido del humor”.

Forjan un nuevo prototipo de fenómeno fans: el del grupo, casi siempre madrileño, de pop desenfadado. En esa misma senda, a partir de 1990, Modestia Aparte disfrutaban de un éxito fugaz, y una década más tarde, El Canto del Loco provoca muchos momentos de histeria adolescente, aunque en su caso con un ángulo más rockero y larga trayectoria. El círculo se cierra: el productor del primer disco de El Canto del Loco fue Alejo Stivel, excantante de Tequila. Ese álbum incluía una versión de *Vivir así es morir de amor*, de Camilo Sesto. En 2005, El Canto y Hombres G tocan juntos en el Vicente Calderón. Opina Summers: “Nosotros siempre hemos querido tener nuestra manera de hacer las cosas, pero es probable que eso se haya convertido en un modelo para otros grupos o artistas. Aunque creo que no ha habido otro grupo como nosotros; los habrá mejores y peores, pero no como Hombres G”. ■■

PISANDO FUERTE

Tras el atracón de pop juerguista de finales de los ochenta (Dinamita pa los Pollos, Un Pingüino en mi Ascensor, Los Inhumanos, Objetivo Birmania, No me Pises que Llevo Chanclas...), solo era cuestión de tiempo que un cantautor devolviera el romanticismo a letras y corazones *partíos*. Alejandro Sanz corta por lo sano y regala a millones de chicas pero también chicos de principios de los noventa la dosis de baladas y lírica amorosa necesaria a esa edad.

“Su primer disco era muy diferente a lo que se consumía en ese momento”, recuerda Miguel Ángel Arenas, *Capi*, también directamente involucrado en el lanzamiento del cantante y compositor madrileño. “Durante unos meses, el single *Los dos cogidos de la mano* estuvo parado, anclado en 20.000 copias, tibio”. La cosa se anima con el segundo single, *Pisando fuerte*, cuyo video dirige Isabel Coixet y airean las recién creadas televisiones privadas. Los jefes de LOS40, convencidos de su talento, lo invitan a formar parte de la gira del *Súper 1*, la unidad móvil con escenario integrado que recorre la geografía española con artistas noveles. En noviembre de 1991, *Pisando fuerte* trepa al número 1 de la emisora. El empujón definitivo: un concierto a beneficio de UNICEF, en el Palacio de los Deportes de Madrid, que emite TVE en Nochebuena. “Ahí la gente descubrió la canción *Se le apagó la luz*. Aquello pasó de poco más de 20.000 copias a más de un millón en menos de un año”, apunta *Capi*.

Alejandro Sanz es el artista que más canciones ha colocado en la primera posición de la lista: 21. Le sigue de cerca Miguel Bosé con 19.

El perfil de cantautor romántico prospera en los años siguientes, precisamente a medida que el propio Sanz se distancia de él. Sergio Dalma, el italiano Eros Ramazzotti o el puertorriqueño Ricky Martin logran números 1 en LOS40 durante la década de los noventa, hasta que en 2001 irrumpe el programa de televisión *Operación triunfo*, eficaz factoría de artistas de dicho perfil. Por ejemplo David Bisbal y Manuel Carrasco, que hoy aún ocupan puestos importantes en el *ranking* de la cadena. La línea de sucesión parece haberse detenido, momentáneamente, en Pablo Alborán, el cantautor malagueño que en cinco años ha obtenido nueve premios de la emisora.

En el camino se quedaron otros solistas y grupos descaradamente dirigidos al público adolescente que rozaron la gloria. Los que tenían algo más que aportar, aparte de un físico imponente, han pasado a los anales del pop español. De hecho, de los citados en este artículo, la gran mayoría sigue de una u otra forma en activo. ■



© Getty Images

Seguidoras argentinas de **Alejandro Sanz**, gozando / sufriendo en 2008.

Con la canción 'Se le apagó la luz' Alejandro Sanz pasó de vender 20.000 copias a más de un millón en menos de un año.

La moda cambia, los conciertos no

Ilustraciones de

David Sánchez

Texto de

Mario Suárez

Un crítico de rock del *New York Post* dijo que "el gran momento de los años sesenta" fue la interpretación de *The Star Spangled Banner* de Jimi Hendrix en el festival de Woodstock de 1969. Esa gran cita musical no solo supuso una épica concentración de músicos durante tres días frente a medio millón de personas, también sacó a la luz, para el gran público, la estética vinculada a los grandes conciertos. Desde entonces, ir a ver un directo de rock o pop también incluye unos hábitos de moda y de consumo, rituales repetidos durante décadas por sucesivas generaciones, adaptados al momento y las tendencias que toca vivir. Del zapato plano, la minifalda y las gafas de sol redondas, pasaron a las cámaras digitales o las retransmisiones en Facebook Live de hace unos meses. Quien se acerca a ver tocar a su grupo favorito, sabe lo que no le puede faltar en el bolsillo o el armario. Las décadas pasan, sigue la misma emoción al escuchar una balada en directo, pero los que encendían sus mecheros para acompañar los acordes ahora son abuelos. Sus nietos alumbran con la linterna de su teléfono móvil táctil.

60's



Gafas redondas, carteles de "No a la Guerra" y al cuello baratijas artesanas. El calzado a veces era innecesario.

70's



Reina el pantalón campana, con chaquetas de piel con cuello y flequillos largos, casi hasta el bigote.

80's

Estética punk, con pantalón pitillo, chupas de cuero –la Perfecto– y cabelleras afeitadas y con mucha laca.

90's

La estética grunge se impone con camisetas de grupos, llegan las cámaras de fotos desechables y las perillas.

00's

Una década aburrida en moda, con bandoleras colgadas, sudaderas *hoodie* y algún puntero láser para señalar al escenario.

10's

El hipster ha llegado: gafas de pasta, zapatos Oxford y multiconexión a través del móvil, con cámara, claro.

Texto de **Rubén Romero**

Y el pop hizo tuit...

**Musical.ly, Snapchat, Twitter...
Hoy la música ni se entiende ni escucha
ni vuela sin las redes sociales.**

El 1 de diciembre de 1976, cuatro chavales apenas conocidos, con peinados insólitos e imperdibles fueron entrevistados en televisión y, en solo dos minutos, dijeron tres veces “fuck”, palabra maldita por aquellos tiempos. Y se armó la mundial. Los Sex Pistols ya eran el grupo más salvaje del planeta.

El 3 de octubre de 2011, Louis Tomlinson, miembro de One Direction, confesó en Twitter: “Siempre te llevaré en mi corazón @Harry-Styles” y más de dos millones de personas lo retuitearon, convirtiéndose en uno de los mensajes más leídos de la historia de la aplicación.

Uno y otro acontecimiento revelan cómo las redes sociales han cambiado la manera de entender el pop y el rock en el siglo XXI. Facebook, Twitter, YouTube, Musical.ly, Tumblr, Snapchat... Para la música, las redes son una bendición: asolado por la piratería, la transformación digital y la supresión de programas en televisión, son una manera fácil y barata de dar a conocer a todo tipo de artistas.

Natalia Flores, directora de la agencia de marketing digital Está Pasando, subraya su carácter transversal: “Este escaparate es muy importante para artistas en desarrollo, a quienes les es imposible llegar a destinos remotos sin grandes campañas de publicidad”.

Lo sabe bien el trío Sweet California, adictas a Instagram y con 250.000 seguidores. Para Sonia, Alba y Tamy “es una maravilla. Hace tiempo, conocías de tus artistas favoritos lo que veías en las revistas. Ahora hablas e interactúas con ellos, una pasada”.

El canario Dasoul reconoce leer sin descanso a sus *dasouldiers* en la red a la hora de componer canciones: “Estoy en contacto directo, veo qué opinan de mis publicaciones, de mis canciones, y me recomiendan cosas como con qué artistas debo colaborar, estilos de mis próximas canciones... Es una herramienta esencial”.

Para una radio como LOS40, con cinco millones de seguidores entre todas las redes, también son fundamentales. “Yo siempre defino las redes sociales de LOS40 como un canal de radio más, otra



La interacción con desaprensivos puede afectar al corazoncito del artista sensible: Justin Bieber quiso dejar las redes por los 'haters' que atacaban a su chica.

forma de escucharla, con unos seguidores y oyentes con características propias que forman parte de nuestro universo”, explica Puerto González, *community manager* de la emisora.

“No se nos quitan de la cabeza preguntas así: ¿Dónde están nuestros oyentes? ¿Dónde se relacionan? ¿Cómo podemos ayudarles a contarnos lo que nos quieren decir?”, continúa González. “Y en muchas ocasiones, la respuesta son las redes sociales, las más tradicionales como Facebook, Twitter, Instagram o Youtube y otras nuevas como Musical.ly o Snapchat. Queremos transmitir nuestra forma de vida, #MusicInspiresLife, que es también la de muchas personas que están en estas nuevas redes”.

Ellas tienen poder

¿Quién manda en la red? Pues depende de la aplicación: en Twitter, Katy Perry es la monarca absoluta y así lo creen 93 millones de *KatyCats*. En Instagram, Selena Gómez no parece conocer rival: 90 millones de seguidores y casi seis millones de *likes* con su foto bebiendo un refresco (en la imagen de arriba). En Snapchat, brilla una Rihanna que tiene maravillada a Natalia Flores: “Es un desfase... Una ventana indiscreta que te cuela en un *backstage* y fiestas con amigos y *celebrities* del mundo mundial”.

No todo es bueno, claro. Existe un reverso tenebroso. Más allá del salseo entre multimillonarios (Calvin Harris contra Taylor Swift, Kanye West contra Taylor Swift... TODOS contra Taylor Swift), la interacción con desaprensivos puede afectar al artista sensible. Justin Bieber quiso dejar la red en agosto de este año, harto del escarnio de los *haters*, que atacaban a su chica, Sofie Richie. Normal que Taylor cante “and the haters gonna hate, hate, hate”...

Más que promo

El pop también se sirve de las redes para otros usos, más recreativos. “Yo me entero de todo por las redes. Desde la mayor tontería hasta noticias importantes”, dice Tamy, de Sweet California. Dentro de esa información, para una estrella del pop es crucial saber de tendencias *fashionistas*, y así lo reconoce Tamy: “Estoy siempre en Instagram viendo *looks*”. Y acabamos con una confesión final sobre la importancia de las redes en el pop actual, a cargo de Dasoul: “Me he enamorado a través de una red social”. ■

Texto de **Fátima Cayetano**

Cuando las estrellas del pop son #hashtag

Buscarse novia, pelearse por antiguos romances o fardar de abdominales... Todo vale para divos y divas en la carrera por ganarse likes y retuits. Si quieres ver alguna de las fotos de las que hablamos, escanea los códigos QR.



ver en **Twitter** →

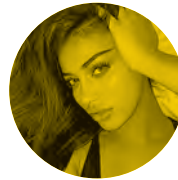
Miley, más vidas que un gato

A la ex Hanna Montana la han querido matar mil veces, pero ella no estaba muerta, estaba de parranda. Una vez al año surge algún *hashtag* en redes sociales con el que fans y *haters* se despiden de una de las cantantes más polémicas. Ella, harta de bulos, ha llegado a pronunciarse en Twitter con mensajes como “¿Y esta semana qué? ¿Estoy muerta o embarazada? Venga, inventad algo más creativo”. Desde aquí, un consejo: Miley, aguanta, peor es llegar al nivel Avril Lavigne, de la que se dice que murió hace años y ha sido sustituida por una doble.



Si fuimos novios no me acuerdo

Taylor Swift y Calvin Harris fueron la pareja musical más *top* de 2015. La cantante lo anunció en Instagram con una imagen idílica y un año después, tras la ruptura, borra cada foto con el DJ. Si en el pasado rompíamos fotos y cartas, en redes sociales solo nos queda borrar toda huella de un antiguo amor que ahora no queremos ver ni en pintura digital. Taylor, te entendemos, todos hemos caído.



ver en **Instagram** →

Justin Bieber me hizo famosa

“Oh, dios mío, ¿quién es ella?”. Si esa frase la escribe Justin Bieber en su cuenta de Instagram, puedes pasar de ser anónima a ser una modelo internacional. Suena imposible, ¿verdad? Pues así le ocurrió a Cindy Kimberly, holandesa de 17 años residente en Benidorm. Ella, que además era *belieber*, aún no se lo cree.



ver en **Instagram** →

Nick Jonas, de niño a hombretón

A algunos cantantes los hemos conocido casi en pañales y cuando dan el estirón llegan las sorpresas. Hace unos años, Nick Jonas demostró que no solo le había cambiado la voz y que se había convertido en todo un hombre de provecho. Su *selfie* musculoso, desde el espejo para toda la red, causó gran furor y, se dice, más de una pantalla rota.



ver en **Instagram** →

¿No eres estrella de Musical.ly? ¡Ya tardas!

Irrumpe una nueva *app* + red social como Musical.ly y millones de usuarios se preguntan mientras se la descargan “¿cómo no se me ocurrió a mí?”. Sencillo: grabas en vídeo un *playback* de tu tema favorito, lo personalizas con efectos visuales y lo lanzas al planeta redes. Es un atajo para triunfar que arrasa entre adolescentes como Baby Ariel, fan del karaoke doméstico ahora multiestrella multicanal.



Somos 'amiguís', digáis lo que digáis

Lo de los rumores de mal rollo también ocurre entre divas. Madonna acusó a Lady Gaga de copiarse de su estilo 20 años después, pero eso solo son opiniones personales que nada tienen que ver con una pelea. Katy Perry y Gaga también han tenido lo suyo, pero... ¿enemigas musicales ellas? Jamás. ¿Las palabras no son suficientes? Nos subimos una foto las tres de fiesta y llamamos todas las bocas que anuncien lo contrario. ¡Que siga el *show*!



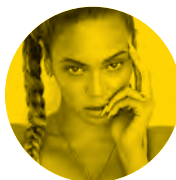
ver en **Instagram** →



ver en **Twitter** →

Cher, ¿fan o 'hater'?

Las *celebrities*, al fin y al cabo, son humanas y, como todos nosotros, caen en la tentación de usar las redes sociales como herramienta de provocación. Así lo hizo Cher al lanzar un tuit con una pregunta tan básica como irónica: "¿WTF es Madonna?". Sin recurrir al insulto, es una forma de ningunearla. Sigue sin entenderse bien por qué lo hizo, ya que en otras ocasiones ha profesado toda su admiración por ella.



La limonada de Beyoncé

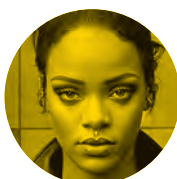
Beyoncé va siempre un paso más allá: si los demás se tiran indirectas o se insultan en declaraciones e imágenes, ella lo hace directamente en una canción. La estrena en redes y, al segundo, se reconocen alusiones a las supuestas infidelidades de su marido, Jay Z. Ella es más de tirar la piedra y esconder la mano y no llega a confirmar o desmentir las interpretaciones que surgen aquí o allí. Se dice que es solo una estrategia de marketing, pero la ración de carnaza digital ha estado asegurada.



ver en **Instagram** →

Espejito, espejito, ¿quién es el más guapo?

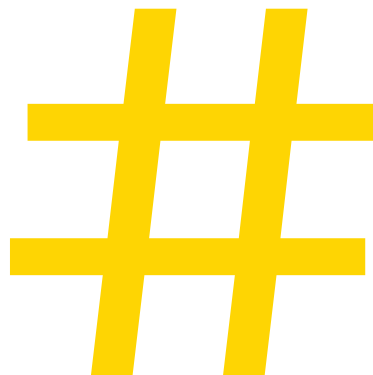
De cada 100 fotos que se suben a Instagram, 99 son *selfies*. Esta estadística nos la acabamos de inventar, pero en el caso de Abraham Mateo pondríamos la mano en el fuego porque es así. Su flequillo, sus gorras y sus *looks* son su sello más personal y a través de la cámara de su iPhone los inmortaliza y los publica para todo el universo fan. Rompe tantos corazones como recibe en Instagram.



ver en **Instagram** →

¿Rihanna o rastafari?

La chica más famosa de Barbados nunca ha pasado demasiado desapercibida. Ya sea por conductas extravagantes, momentos *sexies* o sus éxitos, bailados en cualquier parte del mundo, Rihanna nos tiene acostumbrados a cualquier cosa. Esta vez, Riri se ha marcado un cambio de look extremo: ha pasado de una melena lisa y muy peinada a unas gruesas rastas que le llegan hasta el trasero. ¿Provocación o vuelta a los orígenes?



LA LISTA 5

Alquimia sonora: Así se hace la lista **130**
Los 2.600 principales **136**
¿De verdad eres tú? **146**



Alquimia sonora

Texto de
**Darío Manrique
Núñez**
Fotografías de
**Ximena Garrigues
y Sergio Moya**

La fórmula mágica para elaborar **la lista musical** más popular de España tiene muchos ingredientes, pero sólo uno indispensable: adicción a la música.

Y

esta canción será 3, 2 ó 1"... La famosa coetilla de Joaquín Luqui jugaba con la mística que siempre ha rodeado a la lista de Los 40 Principales. Desde hace medio siglo, millones de radioyentes se levantan los sábados con la ilusión, y la incertidumbre, de que su canción favorita alcance el preciado puesto de cabeza entre las cuatro decenas de elegidas. La forma de hacer ese listado ha cambiado desde 1966. Entonces el criterio personal de quienes la elaboraban era, junto a las ventas, factor determinante. Ahora entran en juego otros elementos.

Toni Sánchez, director de LOS40 (y Máxima), explica que la lista se asienta en una combinación de cinco pilares: "La votación popular, las listas de ventas (la española, la de *Billboard* en EE UU, la de la BBC, la europea), la realidad del comportamiento

Dani Moreno, Xavi Martínez o Arturo Paniagua. También entran coordinadores regionales por videoconferencia. Esta vez los de Andalucía, Cataluña, Castilla-La Mancha, Euskadi y Aragón cuentan la visión de cada territorio. Todos han votado antes las canciones a valorar (de 0 a 3 puntos), pero en el comité explican sus puntuaciones y por qué determinada canción debería, o no, incluirse.

Es una reunión que se repite cada semana, pero el ambiente no tiene nada de rutinario, sino de una expectación casi adolescente: no se sabe qué canciones superarán el corte, abundan las bromas ("este tema me aburre, sólo me serviría para un masaje, para los preliminares", dice Xavi Martínez de una de las composiciones en liza) e incluso algún bailecito en los momentos álgidos. También, claro, se debate, se discute, se reivindica o se desestima con fogosidad y convencimiento.

Es obvio que la reunión tiene que ver con la música, el elemento que apasiona a la docena de personas presentes, física o virtualmente, en la sala.

Toni Sánchez ejerce de maestro de ceremonias,

En la página anterior, de izquierda a derecha: **Ramón Redondo, Arturo Paniagua, Toni Sánchez, Dani Moreno, Tony Aguilar, Eva Cebrián, Xavi Martínez, Sergio Figueiras, Ricardo Villa, Carlos Llorente y Sandro D'Angeli.**

"Los gustos se globalizan. Si una canción es número 5 en EE UU o Europa no puedes ignorarla: aquí funcionará"

digital, un servicio de encuestas propio que sondea la música con oyentes y, fundamentalmente, la parte de prescripción editorial de la reunión semanal que hacemos. Allí, los locutores tienen una función especial porque están pegados a la calle, saben qué se baila en los garitos, qué se escucha y cómo reacciona la gente a la música en directo".

La lista se estrena los sábados, pero su composición se decide el lunes anterior en la sede central de la radio, en la Gran Vía de Madrid, al alimón con las nuevas entradas en la programación: las 250 o 260 canciones que van a sonar durante la semana, sumadas a las 40 elegidas. "En la reunión hay una representación de diferentes áreas de la marca 40", cuenta Sánchez.

Así, el lunes 14 de noviembre la directora de cadenas musicales de PRISA Radio, Eva Cebrián, dirige una reunión a la que acuden Ricardo Villa (director de contenidos, programas y estrategia digital de las cadenas), Toni Sánchez, Ramón Redondo (responsable de música de las cadenas musicales), Sergio Figueiras (que lleva la web) y varios locutores como

presentando las canciones y pinchando un fragmento de cada. Allí, *in situ*, hasta las opiniones asentadas pueden variar. "Le di un 1, pero reconozco que es una canción que crece. Paso de 1 a 3", reconoce Carlos Llorente, *brand manager* de LOS40, sobre *Not Easy*, de Alex da Kid.

"Podéis odiarla, pero es número 1 en Shazam", observa Toni Sánchez sobre un single que provoca divisiones. Sobre otro de ellos, que no llega a convencerles del todo, Eva Cebrián zanja: "No sólo programamos por el sonido de una canción: tiene que haber algo más detrás, un artista". Respecto a *Million Reasons*, nuevo sencillo de Lady Gaga, Ramón Redondo ofrece un argumento contundente: "El mundo necesita saber que es otra persona, una artista diferente".

Para el final se deja una decisión clave. Redoble de tambor y doble bombo: elegir el número 1 de la semana siguiente. En esta ocasión, las candidatas son las cuatro primeras de la anterior lista: *The Greatest* (Sia), *Safari* (J Balvin), *Heathens* (Twenty One Pilots) y *Lost on You* (LP). Los argumentos a favor o en contra de cada single se suceden: "Ya



ha habido gente que me ha preguntado por la calle quién cantaba este tema", dice Curro García, coordinador de Castilla-La Mancha. Cebrián replica: "La canción es conocida, pero el intérprete no tanto". Finalmente, se decide: el número 1 que se desvelará el sábado 19 de noviembre será *Heathens*, del dúo de rock electrónico Twenty One Pilots.

La reunión de programación es el último paso. Previamente, un trabajo de investigación toma en cuenta diversos factores ya citados (votaciones de oyentes, encuestas, etcétera), pero también tendencias a escala mundial. Por ejemplo, la globalización: los gustos musicales cada vez son más parecidos en España, Inglaterra o EE UU. "Hay particularidades regionales, obviamente, pero si una canción está en el puesto 5 en EE UU o Europa no puedes ignorarla: aquí va a funcionar", apunta Sánchez.

El comportamiento de los artistas y las canciones en la web los40.com también tiene un peso fundamental en la decisión sobre las nuevas incorporaciones musicales a la radio. No solo por las votaciones online sino en función de cómo se des-

empeñan las entrevistas y vídeos con los artistas en la web. "Funciona como un radar de tendencias", explica Sergio Figueras, responsable de la web, que durante la reunión semanal desmenuza los datos en la página y en las redes.

La lista ha tenido un enorme influjo en el devenir de la industria musical española. Además del obvio número 1, categorías como la de los "Discos rojos", el puñado de elegidos que más sonaba durante la rotación semanal, eran codiciadísimas por artistas y discográficas. Hoy, aunque ya no ostentan esa denominación cromática, la lista se sigue dividiendo por categorías que determinan el número de veces que se pincha una canción cada jornada.

Al margen de esas novedades, en la rotación también entran lo que llaman "recurrentes". "Son éxitos de los últimos años que suenan de vez en cuando, canciones reconocibles para un público adulto, por encima de los 40 años. Los jóvenes piden carne fresca con mucha rapidez, los adultos no asimilan lo nuevo tan rápidamente", explica el director de la emisora.

"El reto de una radio que crea y marca tendencia implica que LOS40 estén permanentemente cam- ➤

Arriba, **Eva Cebrián y Ricardo Villa** conversan en la redacción multimedia de LOS40.

► cambiando, siempre en plena revolución, y 2016 está siendo muy importante en la adaptación a las nuevas tendencias", señala Ricardo Villa.

Se habla mucho de la pérdida de influencia de los radios musicales ante la competencia de Spotify, Apple Music o Youtube, pero Toni Sánchez piensa que emisoras como LOS40 siguen marcando la pauta. Influyen en listas como la de Shazam, la aplicación que identifica las canciones que los usuarios escuchan en la radio, la tele o el hilo musical de una tienda, y cuya lista suele indicar tendencias al alza: "Pongamos que empezamos a trabajar una canción que está en una posición baja en Shazam, en el 55, por decir algo. Pues bien, en cuanto empezamos a tocarla, la canción se coloca rápidamente arriba. La radio sigue teniendo ese poder sobre las plataformas digitales. Somos dos formatos distintos: ellos trabajan la cantidad, tienen espacio ilimitado, y nosotros la calidad, entendiendo por ello que sabemos que necesitamos un determinado número de temas y llevamos décadas trabajando con la música".

Puede, por tanto, que la radio ya no sea el único medio a través del que el público escucha las novedades y decide sus gustos, pero lo que la diferencia de sus nuevos competidores es una de las palabras que más repite Sánchez: la prescripción.

Cuenta el director que a principios de siglo se generalizaron en las radiofórmulas los estudios de mercado, los *call-outs*: "Se llaman así porque enton-

ces se hacían por teléfono, pero ahora es vía Internet. Hacemos tests constantes de la música que estamos poniendo para ver cómo la percibe el público. Preguntamos a nuestros oyentes para saber cómo evolucionan las canciones. Esto nos vale como forma de conocimiento de los gustos de la gente, pero la decisión sobre cómo se programa y qué música se emite es nuestra, no de las encuestas".

¿La intuición personal determina la rotación de una canción más que otros factores? Toni Sánchez tira de varios ejemplos: "Me ocurrió con Lorde y su *Royals*. Vi el vídeo en un viaje a París y me pareció una canción buenísima. Me costó, porque no sabíamos si iba a ser algo demasiado raro para LOS40, pero funcionó muy bien. Aún hoy me sorprende, pero casos como estos son indicadores de cómo cambian la sociedad y el oyente. También me pasó con Twenty One Pilots y su *Stressed Out*. Recuerdo que las personas a mi alrededor no estaban convencidas, me decían que era un sonido que no pegaría, pero yo vi que tenían algo, que estaban captando el momento y me emperre muchísimo con ellos. Hay que dar ciertos golpes de timón para que la marca siga estando viva".

La reunión del 14 de noviembre ha elegido otro single de Twenty One Pilots como número 1, el tercero ya en solo año y medio, lo cual demuestra que, a veces, la intuición vale tanto como mil estudios de mercado. Es la magia de la música, una materia emocional gaseosa que no se presta a ecuaciones matemáticas. Es la magia de la lista. ■

Mitos, leyendas y malentendidos

1/ Es la lista de los discos más vendidos

"No. Presta mucha atención a lo que más se vende, pero es una lista curada [del inglés *curated*, comisariada], con prescripción. Al final, se trata de una lista de popularidad", responde Toni Sánchez, director de LOS40.

2/ Los números 1 se compran

"No, una vez más. Es labor de la radio interpretar lo que pasa con una canción, adelantarse a la tendencia y construir éxitos".

3/ Los sellos independientes no entran

"Eso no es así. Ahora, por ejemplo, estamos pinchando el nuevo single de Crystal Fighters, que son un grupo indie [del sello PIAS]. Aunque la gran mayoría de los artistas que suenan son de multinacionales, siempre hemos tocado la música independiente".

4/ Siempre suenan las mismas canciones, se repiten mucho

"Ahora las rotaciones no son tan agresivas, la música se consume mucho más rápido que en los setenta, por ejemplo. Entonces Camilo Sesto lanzaba un single y podía ser número 1 durante ocho o nueve semanas, así que una canción podía sonar muchas veces durante mucho tiempo".

Una lista digital que facilita la participación de los usuarios

Años ha, los oyentes votaban por teléfono y además de escuchar la lista en la radio podían verla en la revista de *El Gran Musical* o en algún periódico. Hoy, no sólo la leen en la web de los40.com o en su *app* móvil: desde allí mismo pueden interactuar votando por sus temas favoritos, igual que se sigue haciendo vía telefónica.

LISTA DEL 19/11/2016

COMPARTIR | TWEET | 1781 | 58 | REBLOG | EMAIL

01 **Twenty One Pilots »**
Heathens
Escuadrón suicida (2016)
IVOTARI 9 1 3

02 **J Balvin;BIA;Pharrell Williams;Sky Rompiendo »**
El Bajo »
Safari
Energía (2016)
IVOTARI 10 1 2

03 **LP »**
Lost on you
Death valley (2016)
IVOTARI 8 3 4

04 **Sia;Kendrick Lamar »**
The greatest
The greatest (2016)
IVOTARI 9 1 1

1/ Botón para que voten los oyentes
2/ Semanas de permanencia en lista
3/ Puesto más alto conseguido por la canción
4/ Puesto de la canción la semana anterior
5/ Tendencia (sube, baja, se mantiene)

Los 2.600 Principales

Repaso a los números 1 de LOS40 durante sus casi 3.000 semanas de existencia y mapa de los caminos recorridos por la música popular: grandes figuras que dominaron cada época, nuevas tendencias, estilos hegemónicos... También éxitos inesperados o rarezas anecdóticas.

Texto de
Darío Manrique Núñez

'Monday, monday'

de Mamas & the Papas,
primer número 1 de LOS40
(18 de julio de 1966).



50 AÑOS NO ES NADA

De los artistas que lideran la lista de LOS40 en su primer año, siguen en activo **Rolling Stones**, **Raphael** y **Tom Jones**.

EL GLAM LLEGA A
LOS40 EN 1971, CON
'GET IT ON', DE T. REX.



Girl es el primer número 1 de los Fab Four. Tendrán otros cuatro.

Beatles © Popperfoto

15 semanas en todo lo alto

Las canciones que más tiempo han sido número 1



Delilah
Tom Jones
(1968)



Un rayo de sol
Los Diablos
(1970)



América
Nino Bravo
(1973)

Bravos 3-Brincos 2

Los Brincos, primer grupo español que manda en la lista, en fecha tan temprana como su segunda semana de existencia. El grupo tiene dos números 1, *Un sorbito de champagne* y *Lola*, durante 10 semanas. Por su parte, **Los Bravos** de Mike Kennedy cuentan tres: *Black Is Black*, *La moto* y *Los chicos con las chicas*. Los mantienen durante 13 semanas.



1973

Eclosionan los cantantes melódicos: **Nino Bravo** es número 1 durante 15 semanas, **Camilo Sesto** durante 13. También alcanzan ese puesto **Juan Pardo** o **Juan Bau**.

Fiebre de todas las noches

Discos de música disco en las listas de los setenta

Los **Bee Gees** dan el pistoletazo de salida –en falsete, por supuesto– en mayo de 1978 con *Stayin' Alive*, preludio de otros cuatro números 1, más otro en solitario de **Andy Gibb**: *Desire*. Les siguen **Boney M**, **Village People** o **Donna Summer**, junto a rockeros que se apuntaron a la moda disco como **Rod Stewart** y su *Da Ya Think I'm Sexy?*, **Santana** con *One Chain (Don't Make No Prison)* o los progresivos italianos **New Trolls** (*It's Downtown*).



1985

El primer Año **Madonna**: *Material Girl*, *Angel* e *Into the Groove* conquistan LOS40, abren camino a muchos otros éxitos. La *ambición rubia* se ha puesto 17 números 1, hasta ahora.

21

números 1 de Alejandro Sanz

El cantante madrileño debuta en lo más alto, en 1991, con *Pisando fuerte*. 25 años después, es el artista que más veces ha pisado –siempre fuerte– la cumbre de LOS40, con 21 canciones triunfadoras. Entre ellas, sendos duetos con **Shakira** y **Alicia Keys**.



'Love Story'

En 1971, el tema principal de la película de Ali McGraw y Ryan O'Neal es número 1 por partida doble: primero, la original del compositor de la banda sonora, **Francis Lai**. Después, una versión en castellano de la brasileña **Astrud Gilberto**.

Vaivén de rock

Desde que en 1968 Los Canarios triunfaran con *Get On Your Knees*, pasan casi diez años de sequía de rock español, con las honrosas excepciones de Miguel Ríos y los Barrabás del exBrincos Fernando Arbex. Tras el largo reinado de los cantantes melódicos, la década casi al completo, en mayo de 1978 Tequila alcanzan el 1 con *Necesito un trago*, preludio de un renacimiento rockero que vería triunfar en los años siguientes a Triana o Coz.

Clásico pop

¿Ha sonado música clásica en LOS40? Casi: en 1967, el cantante franco-egipcio **Richard Anthony** logra un gran éxito con *Aranjuez, mon amour*, adaptación azucarada y pop del *Concierto de Aranjuez* de Joaquín Rodrigo.

Mecano

"Coca cola para todos y algo de comer", cantaba la sanísima Ana Torroja en *Me colé en una fiesta*, la primera canción con la que el trío madrileño conquista LOS40, en 1982. Después vendrían muchas más, hasta 15. La última fue *El club de los humildes*, una de las nuevas composiciones del recopilatorio *Ana José Nacho* (1998). Esas 15 medallas de oro convierten a Mecano en el grupo español más querido por LOS40, junto a La Oreja de Van Gogh, que también han llegado a 15 (y sumando)...

15

números 1



Mecano © Alejandro Cabrera

Más Bruce que Bob

Dylan solo tiene un 1 en LOS40: enero de 1980, *Man Gave Name to All the Animals*. **Springsteen**, aunque no tenga Nobel, atesora hasta nueve singles triunfantes desde que en enero del 86 corona con *Janey Don't You Lose Heart*, del disco *Born in the USA*.

Espectáculo de variedades

Tres variantes del rock, el punk y el pop que también triunfan



Rock duro
You Could Be Mine,
de Guns N' Roses (1991)



Grunge
Smells Like Teen Spirit,
de Nirvana (1992)



Britpop
Wonderwall, de Oasis
(1996)

Temazos de la Movida

Aunque **Alaska y los Pegamoides** (con *Bailando*) y **Los Pistones** (con *El pistolero*) fueron precursores, la consagración comercial de la Movida se plasma en LOS40 en 1985 y 1986, cuando alcanzan el número 1 **Alaska y Dinarama** (*Cómo pudiste hacerme esto a mí*), **Nacha Pop** (*Grité una noche*), **Radio Futura** (*El tonto Simón*) y **Gabinete Caligari** (*El calor del amor en un bar*).

Cambio de siglo



El último número 1 del siglo XX es para *Gente distinta*, de unos veteranos de la lista como **Celtas Cortos** (25 de diciembre de 1999). El primero del siglo XXI es para *Waiting for Tonight*, de **Jennifer López**. Anticipa la tendencia latina que hará furor en el pop comercial durante los primeros años del nuevo siglo.

CON LOS OCHENTA APARECE LA NUEVA OLA EN LOS40: **POLICE** Y SU 'DON'T STAND SO CLOSE TO ME', EN 1980.

Bomba 'Operación Triunfo'

12

unos en 2002



12 semanas, 11 canciones y 7 intérpretes

Academia 'Operación Triunfo'



Mi música es tu voz

David Bisbal



Ave María, Lloraré las penas y Dígame

Bustamante



El aire que me das y Dos hombres y un destino (con Álex)

Chenoa



Atrévete y Cuando tú vas

Rosa



Europe's Living a Celebration

Alejandro



Ellas

Naím Thomas



Cruel to Be Kind

La lista de la TV

En la época de la televisión pública única, la caja tonta tenía una enorme influencia en la sociedad española, incluso en la música que triunfaba en el país. Así, en 1983 es número 1 el tema principal de la serie de baile *Fama*. Cuatro años más tarde, tras su turgente desliz en el *Un, dos, tres* de TVE, **Sabrina** llega al mismo puesto con *Boys, Boys*.

Miles de semanas

Dancing in the Street, la versión de Martha & the Vandellas grabada al alimón por **David Bowie y Mick Jagger** es número 1 de la semana 1.000 de la lista, el 2 de noviembre de 1985. La semana 2.000, en enero de 2005, es para **U2** y su *Vertigo*.

Mandan las divas

"**Girl power!**", cantaban las **Spice Girls** (dos veces 1 en LOS40, por cierto), y su grito de guerra se torna evidencia con el nuevo siglo: en estos últimos 16 años un puñado de cantantes femeninas dominan el pop global. Hablamos de **Beyoncé** (que llegó al 1 en 2003 por primera vez), **Rihanna** (en 2007), **Amy Winehouse** (2008), **Katy Perry** (2008) o **Adele** (2011). **Shakira** se adelantó a todas ellas, colocando su *Ciega, sordomuda* arriba del todo en 1999. Desde entonces, ha tenido 12 números 1, incluidas un par de colaboraciones con Alejandro Sanz, una con Rihanna y otra con Carlos Vives.

EDM

La fiebre EDM (Electronic Dance Music) se hace patente en la lista cuando *When Love Takes Over*, de **David Guetta**, logra el oro del podio en septiembre de 2009.

Miguel Bosé

Linda, en junio de 1977, supone el primero de los 19 números 1 de Miguel Bosé. El último, de 2008, es *Como un lobo*, a dúo con su sobrina Bimba Bosé, una canción con la que ya había llegado a lo más alto 20 años antes, en 1988. La década de los ochenta, con nueve singles campeones, fue la más fructífera del intérprete de *Super Superman*.

19

cumbres



Las listas que no fueron

Despecho, amor/odio, sexo, vicio, más sexo, bodorrios y divorcios... en modo explícito y canciones sin pelos en las letras.

Textos de **Carlos Moral, Juan Pablo Zurdo y Darío Manrique**

¿Compones temas turbios o temas turbas?

Letras calenturientas

Las ganas de pegarse un revolcón –con alguien previamente inalcanzable– son el impulso para perpetrar grupos desde que Elvis Presley sacude las caderas como si escenificase el susodicho revolcón (quizás sucedió antes, si pudiéramos preguntar a Wolfgang Amadeus...). No es extraño que a unos y otras se les vaya a veces la mano. Aquí, unas pruebas.

Las que entran por las que salen

"Me quemas con la punta de tus dedos, tus manos hacen llagas en mi piel, me abraso con tu lengua que es de fuego, la sangre hierve o no lo ves, que tu ya sabes que me tienes cuando quieras.

Ya sabes cómo soy, ya sabes que me entra la primera.
Ahora ya sale algo mejor".

Me haces tanto bien
Amistades Peligrosas

Post coito relax

"Me corro, **me corro, sí** .

Relájate, no lo hagas, cuándo quieres hacerlo.
Relájate, no lo hagas, cuándo quieres correrte.

Relájate, no lo hagas.
Cuándo quieres chuparla".

Relax
Frankie Goes to Hollywood

Muy buena siendo mala

"Porque puede que sea mala, pero estoy perfectamente bien. Hay sexo en el aire, nada más me interesa. Me encanta cómo huele.

Palos y piedras pueden romper mis huesos, **pero los látigos y las cadenas me excitan".**

S & M
Rihanna

Te lo pongo clarito

"**Ven a pervertirme** con tus frases, dime palabras feas y atrevidas, **quiero contagiar-me de tus vicios.** quiero contagiarme de tus vicios, merecerme tus caricias".

Ven a pervertirme
Malú

Loca saga musical surgida de un
sindiós de anillos, pañales y divorcios.

Patsy siempre dice sí

Oasis, The Pretenders, The Kinks, Prodigy o Libertines... Se podría armar una lista solo con algunos de los mejores grupos ingleses unidos por las cuatro bodas de Patsy Kensit, actriz y cantante de Eighth Wonder en los ochenta. El árbol genealógico más 'totum revolutum' y parecido al amor libre del pop-rock.



Suspiros inspirados gracias a
y por culpa del des(amor)

Anda y que te den, amor

¿Qué impulso creativo supera al amor? El despecho. Porque es el paquete completo: la parejita amor-odio, el billete de ida y vuelta, la cruz que parecía una cara (bonita). Ánimo, tararear esa letra despechada alivia. Y componerla ya es como que te paguen a ti por la terapia. Recuérdalo la próxima. Y nada de amargura. En modo melodrama estás dando la razón a es@ perr@ ingrat@.

Date por avisado. O asado.

"Traicióname y sacaré a la luz toda tu mierda. (...) Vas a desear no haberme conocido nunca (...) No tengo una historia que contar, pero he escuchado una tuya y **voy a hacer arder tu cabeza**".

Rolling In The Deep
Adele



Reconsidera tu gusto, Paca.

"Rata inmundada. Animal rastrero. Escoria de la vida. **Adefesio mal hecho. Infrahumano. Espectro del infierno.** Maldita sabandija. Cuánto daño me has hecho".

Rata de dos patas
Paquita la del Barrio

¿Acaso ella es tan buena preguntando?

"No deseo nada más que la felicidad para vosotros dos, esa versión más vieja de mí. **¿Acaso ella es tan perversa como yo?** ¿Acaso ella lo haría contigo en un cine? (...) ¿Ella tendría a tu bebé?".

You Oughtta Know
Alanis Morissette

Confusión o con fusión de género

"Espero que te cuelgues con tu bufanda H&M mientras te masturbas escuchando a Mozart. **Eres tan gay... y ni siquiera te gustan los chicos.** No, ni siquiera te gustan, ni siquiera te gustan los penes".

You're So Gay
Katty Perry



No se acabó el humor de tanto usarlo

"Ahora me llamas por teléfono, para lloriquear y gemir, sólo porque te sientes solo (...) **Me siento mal por un momento, pero entonces simplemente sonrío,** sigo adelante y sonrío".

Smile
Lily Allen

Juego del perro y el ratón

"No volveré (...). **Si hubieras sido un perro te hubieran ahogado al nacer**".

Knives Out
Radiohead

Deseos para el año nuevo

Adiós, que te vaya bien. Que te coja un carro. **Que te parta un rayo. Que te destripe un tren.** Que te muerda un perro. Que te lleve el diablo y marques calavera.

La estaca
Aterciopelados

Robbie se empieza a curar el finde

"Es sábado, saldré y **encontraré a otra como tú**".

Sexed Up
Robbie Williams



Su culo traiciona su sonrisa

"Hubo un tiempo en que pensé que lo hacías todo bien (...) He debido estar completamente loca.

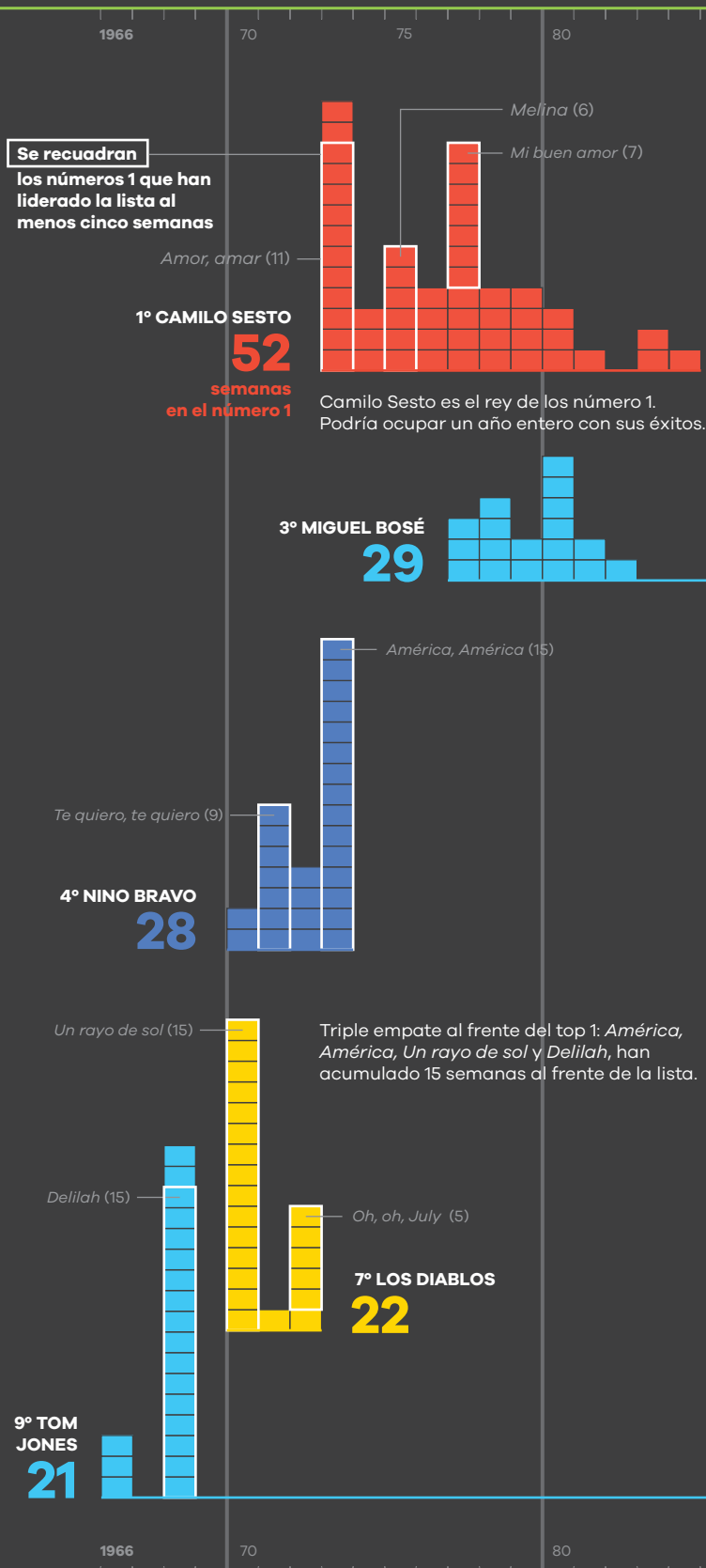
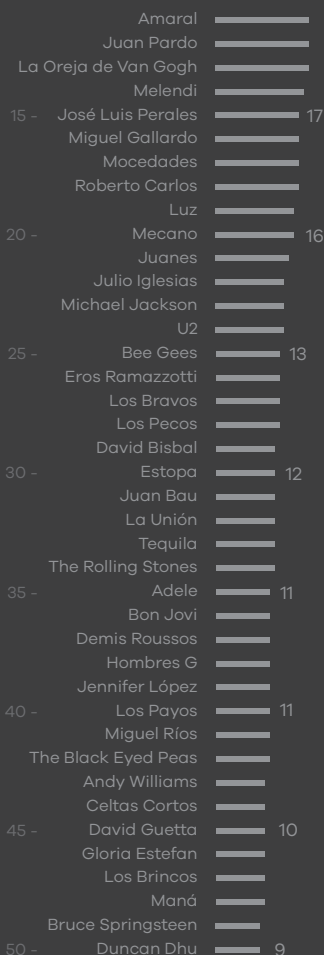
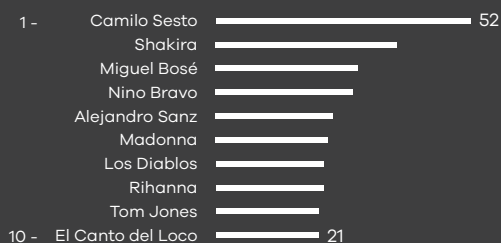
Cuando pienso en la vez que casi te amé, mostraste tu trasero y comprobé quién eras de verdad".

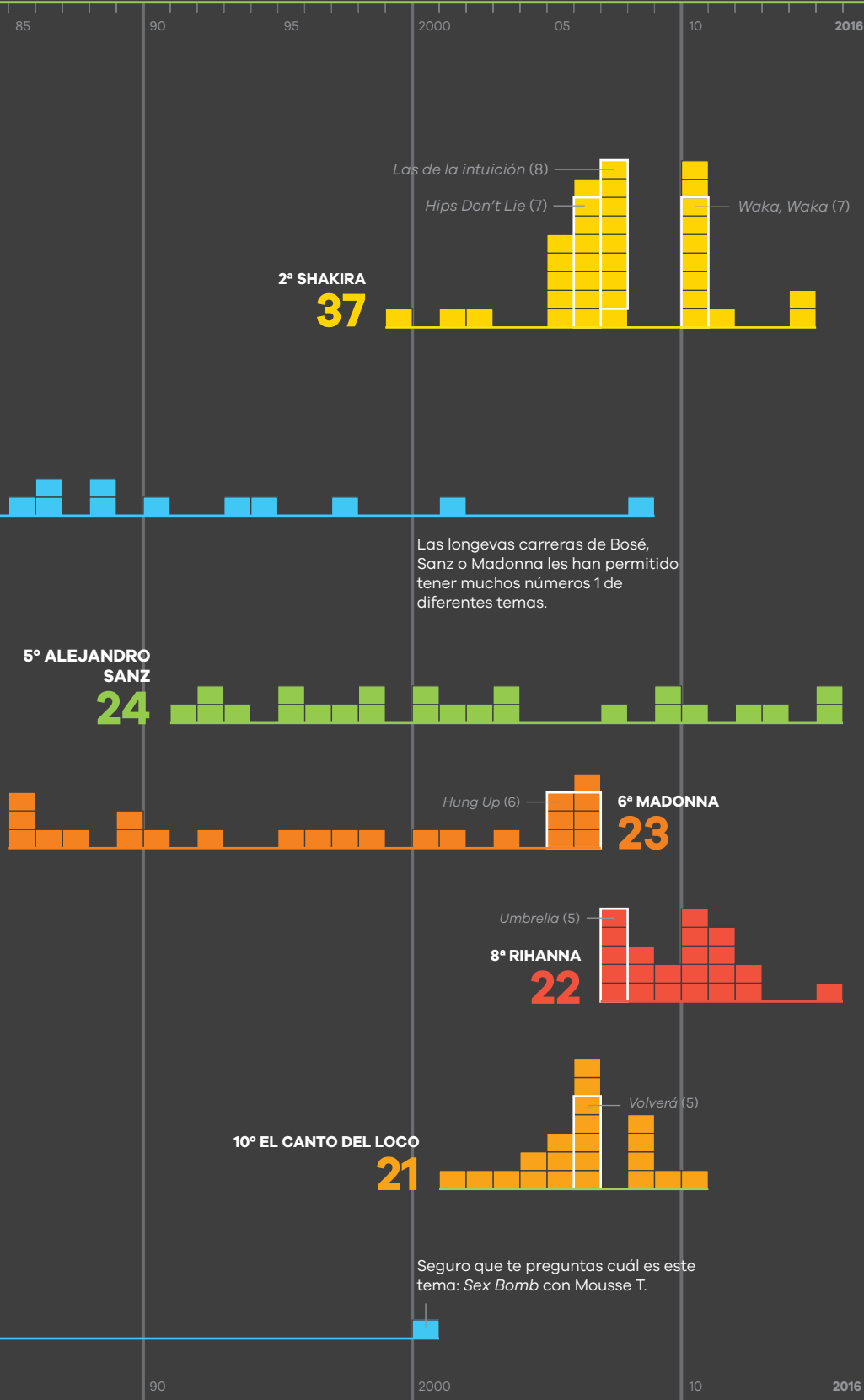
Best Thing You've Never Had
Beyoncé

¿CUÁNTAS SEMANAS EN EL NÚMERO 1?

A la cima de la lista han trepado **844 artistas en total**. Destacamos los diez primeros y los ubicamos en el tiempo para visualizar sus trayectorias, si fueron éxitos fulminantes o de gloria 'non stop'.

Infografía de **Álvaro Valiño**





Solos mejor que mal acompañados

Los siete artistas que lideran el top de tops son solistas.



Producto autóctono

Seis de los 10 artistas que forman el top son españoles.



Uno de cada diez

En total, estos 10 artistas cosecharon un 10% de los números 1 de estos 50 años, 279 de 2.600.

¿De verdad eres tú?

El éxito es imprevisible... y a veces cruel. Un día eres **número 1 en LOS40 pero acabas de **mánager de boxeo, vigilante nocturno o piloto comercial.****

Texto de **Rubén Romero**

1990

***U Can't Touch This*
/ MC Hammer**

Pastor y agente de boxeo

Tras poner al planeta –y a Jennifer López, integrante de su coro de baile– a menearse con su hip hop simpaticón, MC cayó en la ruina. No sufráis por él, le vino Dios a ver y cambió los bombachos por la sotana, convertido en todo un predicador. Como de amor iba sobrado, decidió reconvertirse en exitoso mánager de boxeadores, por ejemplo del campeón Evander Holyfield. A Dios rogando... ■



Foto: Getty Images



1986
El imperio
contraataca
/ Los Nikis
Piloto de aviones

Joaquín, el bajista de aquella versión castiza de Los Ramones, demostró ser más previsor que la mayoría de sus compañeros de gremio. Al tiempo que loaba las gloriosas épocas pretéritas de España –y las victorias en básquet contra Yugoslavia–, se sacaba el título de piloto de avión. Si en tu próximo embarque suena *La fiesta medieval* o *El imperio contraataca* por el hilo ambiente, ya sabes quién está en la cabina. ■



Foto: Antonio Tiedra

1974
Uno, dos y tres
/ Patxi Andión
Profesor y cazador

Patxi debe figurar por méritos propios como uno de los grandes personajes de los setenta: actor, cantante, *playboy*... y primer culo desnudo masculino de la historia de la democracia –*El libro del buen amor*, 1975–. Tanto sabía de imagen y sonido que ha acabado como profesor de comunicación audiovisual en la Universidad de Cuenca, trabajo que compagina con la dirección de la Escuela Española de Caza. ■

Foto: Vicens Giménez



1998
Train / Undrop
Artista más callejero aún

Los noventa, en España, fueron del sello indie Subterfuge. Solo ellos eran capaces de fichar a unos hippies como los hermanos Rundquist, que se dedicaban a vivir la vida y a participar en concursos de *skate*. Sus costumbres, oh sorpresa, no han cambiado demasiado: a Steffan, el mayor, lo reconocieron este verano en una esquina de Bilbao, donde se gana la vida como músico callejero, como de joven. El que nace *rolling stone*... ■



1989
Loco Mía / Loco Mía
Poesía, hostelería, moda

Relanzaron el abanico con un furor desconocido desde la época de Concha Piquer. Lo adaptaron a los gustos *kitsch* de los *ravers* ibicencos y de ahí a los de medio mundo, al menos en la versión más disco. Los peinados y las hombreras también eran de traca, literalmente música para ponerse ropa Loco Mía. Después, broncas legales hicieron desaparecer al grupo. Hoy se dedican a la poesía, la hostelería o la moda. Y a que muchos fans les hagan la coreografía cuando les reconocen. ■



1988
Don't Worry, Be Happy
/ Bobby McFerrin
Director de Filarmónica

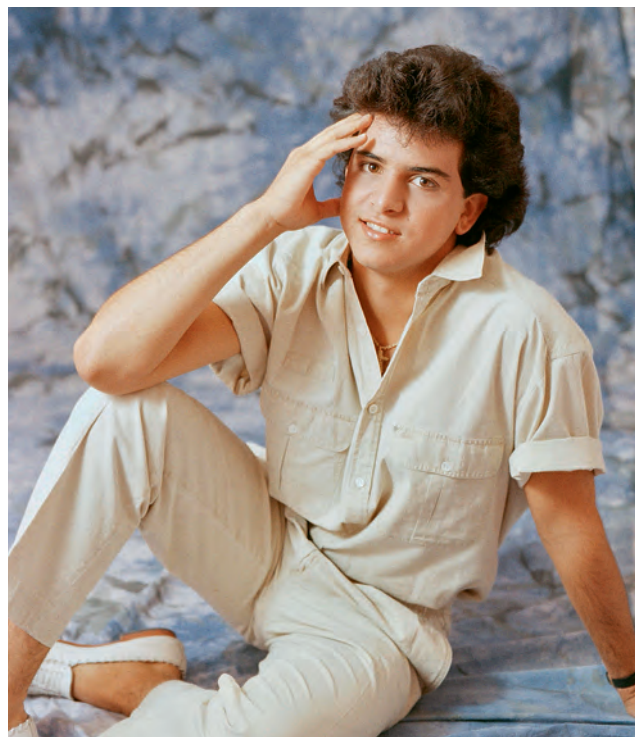
Era 1988 y un Tom Cruise pre-cienciología servía copas en la película *Cocktail* al ritmo del que, probablemente, sea el *a cappella* más famoso de la historia. McFerrin nos recordó el poder sanador de la música mucho antes de Paulo Coelho y demás zarandajas *new age*. Músico total, hijo de cantantes de ópera, en su carrera figuran colaboraciones con los mejores, libros para niños ¡junto a Jack Nicholson!, para finalizar como director de orquestas como la Filarmónica de Nueva York. ■



Foto: Ana Nance

1971
Mammy Blue /
Pop Tops
Portero de noche

Tres años antes de ese temazo, cuando sacaron *Oh Lord, Why Lord*, el cantante Phil Trim y su grupo los Pop Tops fueron una rareza de color en un país aún tan poco receptor de inmigrantes que tarareaba lo de "aquel negrito de la canción del Cola-Cao". Pero fue con *Mammy Blue* cuando se convirtió en un clásico de cada Nochevieja. Retirado en los noventa, lo último que sabemos de él es que se convirtió en vigilante nocturno. ■



Fotos: Getty Images

1988
Nothing's Gonna
Change My Love For
You / Glenn Medeiros
El profe de instituto

La carrera del gran baladista ha finalizado donde empezó: en las carpetas de las adolescentes de instituto. Cierto, si en los ochenta lo hicieron por fuera, con esas fotos en las que mostraba su pelazo, ahora lo hacen por dentro con los apuntes que el antiguo cantante les da como profesor de instituto en Hawái. Tal vez no sea tan idolatrado ni tan chillado al pasar, pero sigue siendo cosa de las muy jóvenes. ■

1992
Would I Lie To You?
/ Charles and Eddie
Fotógrafo fashion

Charles and Eddie fueron uno de los grandes "solo un éxito en la vida" de los ochenta. Se conocieron en el metro de Nueva York y publicaron cinco discos del que solo recordaremos una canción, el *Would I Lie To You?* de marras, aunque los más frikis tal vez tengan en casa su banda sonora para *Super Mario Bros*. Charles murió en 2001, pero Eddie se ha hecho un nombre –de los importantes– como fotógrafo de moda junto a la estilista Sissy Saint-Marie. ■

1994
Stay / Lisa Loeb
Empresaria de pasta...
de gafas



De las cenizas del grunge, gracias a la película *Bocados de realidad*, surgió la mujer que convertiría al gafapastismo en tendencia. Lisa Loeb no llegó a nuestro número 1 ni volvió a conocer un éxito parecido, pero la partitura de *Stay* la hizo lo suficientemente famosa como para montar una empresa de monturas de pasta –cada modelo bautizado con el nombre de una de sus canciones– y otra de café. Además, escribe libros para niños como *El pastel decepcionante* (sic). ■

EL PODER DE LOS40 6

La gran fábrica de los directos **152**

Eres indie (y no lo sabes) **162**

Hasta la música y más allá **166**

Y América nos conquistó **170**

La máquina de armar conciertos

Radio, discos... inventos sustitutos porque no puedes llevarte puesto al grupo. LOS40 se llevan puesto el estudio y se convierten en uno de los mayores organizadores de conciertos en España. Selección de diez escenarios míticos, donde la cabina crecía a tamaño estadio.

Texto de Miguel Ángel Bargueño



Fotos: © Domingo J. Casas



scuchar todo el día pop y rock pero sentido. Radiar música callejera desde una pecera sin ventanas a la calle. Los contrastes del oficio.

Los conductores de LOS40 no se pueden quejar. Salen de los estudios a menudo, desde el principio. De hecho, la emisora es una de las grandes empresas organizadoras de directos itinerantes, giras y festivales en España, algunos endiablidamente complejos, con 50 fechas consecutivas o 40 artistas entrelazados.

Ya *El Gran Musical* se basa en retransmitir para todo el mapa, cada domingo por la mañana, el directo del cantante o grupo de moda. Prohibido olvidar *Súper 1*, el escenario del legendario camión-trilla las carreteras españolas desde mediados de los ochenta- que transporta un surtido de actuaciones en el que no faltan artistas locales de cada ciudad destino. La cronología de los directos no sería la misma sin la aportación de LOS40. Han movido, mueven y moverán muchos de los espectáculos más relevantes de la escena y el escenario.

Es probable que tú, lector, hayas asistido a un concierto organizado por LOS40. Es probable incluso que no lo sepas. No sería raro que hayas presenciado varios, porque han tenido lugar en ciudades grandes y pequeñas, en estadios de fútbol, plazas de toros e hipódromos, en estaciones de esquí y sobre arena de playas. Y claro, en las salas de directos míticas en cada población.

Pero si hubiera que quedarse con diez, estos serían los elegidos. ■

EL QUE SENTÓ EL PRECEDENTE

25 aniversario de LOS40

Hipódromo de la Zarzuela (Madrid), Estadio de Sarriá (Barcelona)
22 de junio de 1991

El primer aniversario que LOS40 celebran a lo grande es el vigésimoquinto. Año 1991, resueñan los excesos vitales y creativos de los ochenta. Cabe esperar que el cumpleaños capte una nítida instantánea del rechoncho pop español. Pero supera cualquier expectativa. Y se sobrepone a los imprevistos de última hora: el Real Madrid no cede el Santiago Bernabéu cuando ya se han impreso las entradas, así que el Hipódromo de la Zarzuela (Madrid) y el Estadio de Sarriá (Barcelona) acogen dos macroconciertos simultáneos y sin precedentes, lo más parecido hasta la fecha a lo que hoy se entiende por festival. Quienes lo siguen en directo (y en abierto) por la recién creada Canal+, flipan: nunca antes se ha emitido algo semejante en televisión. La sensación de estar ante un evento histórico y excepcional flota en el ambiente, incluso para aquellos que se quedan atascados en la autopista A-6, en Madrid, y siguen el concierto por la radio. Tocan Gabinete Caligari, El Último de la Fila, Duncan Dhu, Presuntos Implicados, La Unión, entre otros muchos. Especialmente memorable la actuación de unos Héroes del Silencio en estado de gracia, publicada en DVD en 2015. ■

➤ En la doble página anterior, público disfrutando del concierto del **25 aniversario de LOS40** en el Hipódromo de la Zarzuela (Madrid) y **Enrique Bunbury** comandando a sus **Héroes del Silencio** esa misma noche del 22 de junio de 1991.



EL QUE CLAVÓ EL BÁSICO

Concierto Básico de Revólver

2 de abril de 1993



Mira en YouTube



El concepto de conciertos "desenchufados" en LOS40 lo acuñan Bon Jovi en 1992: léase, modesta actuación acústica ante un puñado de espectadores. El proyecto crece en los meses posteriores hasta que, un año después, Revólver registra el *Básico* más sonado de la historia de los directos nacionales. Grabado en los estudios Cinearte, en el Madrid de los Austrias, sirve para impulsar la carrera de un Carlos Goñi que parece condenado a ser músico de culto y no de masas. El compositor y guitarris-

ta valenciano apura la oportunidad: rodeado de músicos de solvencia avallada y compañías estelares (Soledad Giménez, de Presuntos Implicados; José Manuel Casañ, de Seguridad Social; y Rafa Sánchez, de La Unión), Goñi ofrece un concierto inmortale. También se consolidan los *Básicos 40*, que más de veinte años después siguen sonando. Bajo su marca han actuado grupos internacionales como Maroon 5 o Red Hot Chili Peppers. ■■

Fotografía **Jesús Ugalde**

EL QUE DEJÓ OJIPLÁTICA A LA GAGA

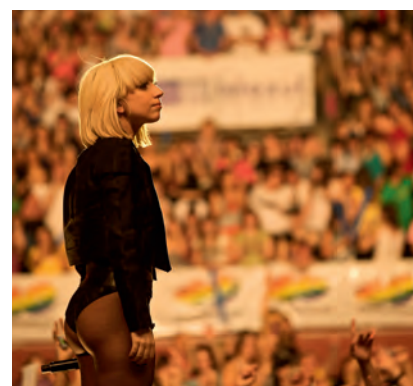
Lady Gaga
Primavera Pop
24 de abril de 2009

Dejémoslo claro: para muchos fans del pop, el apellido del festival de la primavera es ese, Pop (y no Sound), la secuela de los eventos Fancub que se celebraban desde unos años atrás. Después de que Take That o M Clan brillan en las primeras ediciones, en 2009 el recinto de La Cubierta de Leganés estrena la nueva imagen de LOS40, que sirve de alfombra roja para decir: "Señoras y señores, con ustedes la estrella emergente del pop mundial: Lady Gaga".

La estrambótica, hiperdiseñada y pegadiza cantante neoyorquina arranca con doble ración de números 1 en muchos países: *Just Dance* y *Poker Face*. "No sabía que tanta gente en España escuchaba mis canciones", dice entre tema y tema esa mujer que parecía imposible de sorprender.

Primavera Pop sigue reinando en la capital antes de cada verano: en mayo de 2016 se celebra en la Plaza Mayor, con Fangoria, Auryn y Nick Jonas como cabezas de cartel. ■■

Fotografía **J.P.Gegúndez/CORDON PRESS**



EN EL QUE ELLA RUGIÓ UNA BALADA

Beyoncé

Premios 40 (Madrid)
12 de diciembre de 2008

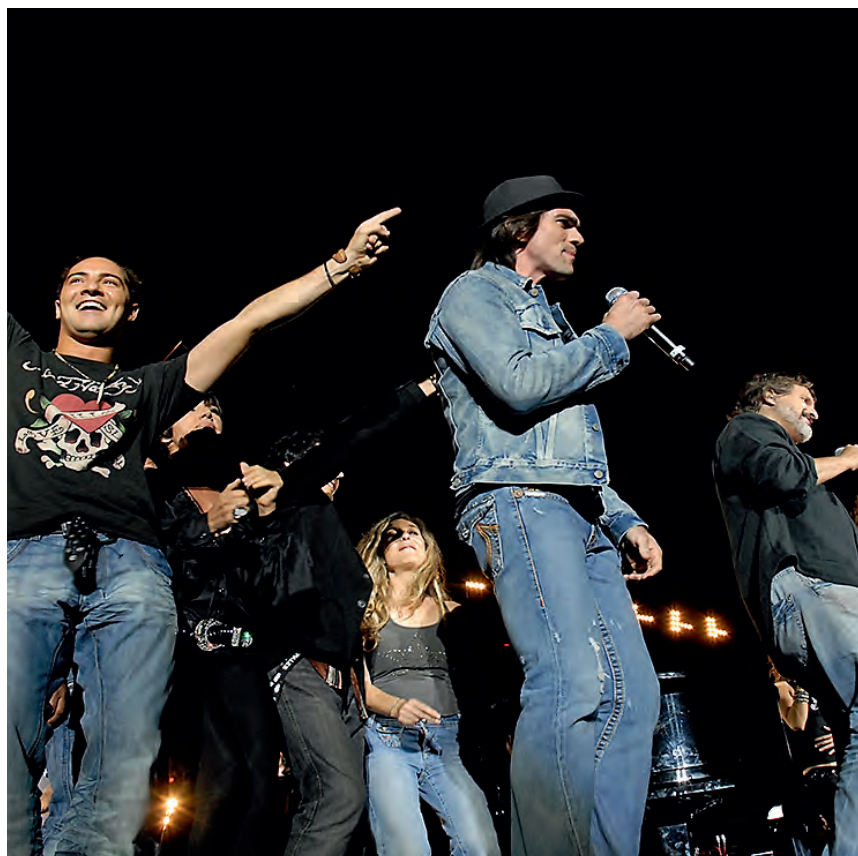


[Mira en YouTube](#)

Antepasados de Los 40 Music Awards, los Premios 40 Principales se crean en 2006 para galardonar a los artistas más relevantes de cada añada. En cuanto a acaparar premios, El Canto del Loco no tienen reparos en la tercera edición. Se conforman con cinco estatuillas. Pero en lo que a actuaciones se refiere y nos ocupa, la de Beyoncé eclipsa todas las demás. La diva estadounidense, pletórica en aquel tiempo, se incorpora a última hora al cartel, cuando todas las entradas están ya agotadas. Aparece deslumbrante, vestida de negro, el peinado parece sacado de un anuncio de Elnett de L'Oreal, si la melena fuese del Rey León, y unos pendientes XXL, que en ella son discreción. Solo necesita una canción de apenas tres minutos para conquistar a la gente *in situ* y a los espectadores del directo por 40TV y Cuatro. El tema: *If I Were a Boy*, baladón en su voz torrencial. Cuando termina, Beyoncé recibe de manos de Tony Aguilar y Frank Blanco un premio especial por el conjunto de su carrera. ■■



Fotografía **Carlos Álvarez / GETTY IMAGES**



EL QUE HIZO UN SUDOKU CON LOS MÁS 40

**Los Nº 1 de LOS40
en Concierto**
Vicente Calderón (Madrid)
16 de junio de 2006



[Mira en YouTube](#)

El reto, y el marrón, de resumir 40 años de música en un solo concierto se resuelve con imaginación, experiencia y precisión quirúrgica. De esas cualidades tiene que tirar, qué remedio, el productor Carlos Narea, director del espectáculo probablemente más ambicioso jamás organizado en España.

Solo alguien con sus galones –a veces sinónimo de agallas– podría convocar en el estadio del Atlético de

Madrid a más de 40 grandes (Joaquín Sabina, Los Secretos, Amaral, Antonio Vega, Manolo García, Miguel Bosé, Miguel Ríos, Loquillo, Celtas Cortos...). Y además con el enrevesado formato de encadenar tres canciones: la primera, a dúo con el artista anterior; la segunda, en solitario; la tercera, en colaboración con el artista siguiente. Durante seis horas, sin pausa ni retrasos. Este sudoku logístico brinda parejas y tríos de hecho para la antología: Amaral con Los Secretos y Antonio Vega; M Clan y Miguel Ríos; Alaska con Marta Sánchez; la reunión de Nacha Pop; o un *Corazón partío* interpretado por todos sobre el escenario en la traca de tracas final. ■■

Fotografía **Domingo J. Casas**

EL QUE TE SACUDE EN LA FIESTA PATRONAL

The Communards
'El Gran Musical' de Fallas
Plaza del Ayuntamiento
(Valencia)
1988

Aunque su centro de operaciones siempre ha estado en el centro de la ciudad del centro, la Gran Vía madrileña, LOS40 nunca han sido un ente centralizado o centralista. La prueba: su documentada aportación a las fiestas mayores de las principales capitales del país. La Mercè en Barcelona, el Pilar en Zaragoza y las Fallas en Valencia sirven de excusa para que la emisora plante en esas y otras plazas escenarios a la altura de sus inquilinos, lo mejorcito del pop nacional e internacional.

En Valencia aún recuerdan a The Communards. Como capital especialmente receptiva a la música de baile, la llegada del dúo liderado por Jimmy Somerville llena con más de 100.000 personas la plaza del Ayuntamiento.

El público valenciano también ha coreado, con asistencia a coste cero, la música de Texas, Seal, Black y New Kids on the Block, entre otros. ■

EL QUE MANDA AL BAÑO A TU ÍDOLO

Tequila
'El Gran Musical'
Parque de Atracciones
(Madrid)
14 de mayo de 1978

Desde que *El Gran Musical* –creado en 1962 por Radio Madrid– sale de su pequeño auditorio radiofónico, su formato de emisión de directos pasa por diversas etapas y escenarios madrileños: la discoteca Cassette y la Sala Consulado, por ejemplo. Pero es el Parque de Atracciones, muy válido el nombre también para su versión musical, el

que más histeria colectiva inculca por ser contemporáneo del fenómeno fans, a finales de los setenta. La atracción está sobre y frente a las tablas. Cada domingo a las 12.30 del mediodía, aquel anfiteatro con capacidad para 2.000 personas se desborda. No es para menos si tocan The Jacksons, si el respetable público arroja monedas de cinco pesetas a Pablo Abaira cuando canta su *Quién tiene un duro de amor*, o si Tequila anticipa la expresión "liarla parda". Para muchos adolescentes, incluso niños, son su bautismo de rock guitarrero. Y para el grupo, su primer baño de masas. "Había gente por todos lados, subidos a los muros, racimos de personas encaramadas a los árboles...", recuerda Alejo Stivel. "Tuve que irme al baño corriendo, me cagaba de miedo". ■

Fotografía Archivo EGM



LOS 50 QUE SACIARON TODOS LOS GUSTOS

**Conciertos de
la Expo de Sevilla**
De abril a octubre de 1992

Juegos Olímpicos de Barcelona y Exposición Universal de Sevilla. El año en que España abre para bien los teledisarios del mundo. También es un año clave en LOS40, encargados de poner banda sonora a la Expo sevillana. La estadounidense Martika inaugura la serie de 50 conciertos –a un ritmo de tres por semana– que incluye nombres tan dispares, y por eso mismo de sugerente combinado, como Los Ronaldos, Los Chunguitos, Alejandro Sanz, Celtas Cortos, Revólver, Dyango, Hombres G, OBK y Chiquetete. Glo-

rias mexicanas tal que Luis Miguel; los argentinos Pimpinela y los neozelandeses Crowded House también se suman a esta bacanal sonora que tiene lugar en un emplazamiento conocido como la Plaza Sony, coronado por una pantalla gigante (el rimbombante Jumbotrón) de 200 m2, visible desde cualquier punto de la Cartuja. La Frontera graban su participación, publicada poco después en disco con el título de *Capturados vivos*. ■

El 18 de Julio de 1966 llegasteis al **dial** de las radios en España.

En los **80** ya sonabais en las casas de todo el país.

Y ahora contáis con emisoras en 11 países, siendo la **maxima** referencia musical.

Cumplís 50 años y, echando la vista atrás, el resto de cadenas musicales solo podemos decir una cosa: **olé**.

ENHORABUENA A **Los 40** POR ESTOS 50 AÑOS





EL DE FUNK QUE ES BASTANTE PUNK

Red Hot Chili Peppers
Museo Guggenheim (Bilbao)
18 de abril de 2006



[Mira en YouTube](#)

Nadie sabe si los cuadros amanecieron torcidos. El caso es que Red Hot Chili Peppers hacen temblar la explanada del Guggenheim y todo lo que contiene, incluidos, claro, los 500 fans pero muy fans que han hecho cola durante días en Radio Bilbao para conseguir las entradas gratuitas. La banda californi-

niana de funk-rock, nacida para la caña directa, que apenas unos días después publica *Stadium Arcadium*, despacha una salva incontestable de esos éxitos que se pegan como los acentos: *Can't Stop*, *Scar Tissue*, *Californication*, *Under the Bridge* o *Give it Away*.

Aquel forma parte de la serie de conciertos bautizada como *Básicamente 40*, como los *Básicos* pero en marcos incomparables de empaque sin igual. James Blunt en el Fórum de Barcelona, Keane en L'Oceanogràfic de la Ciudad de las Artes y las Ciencias valenciana, y Manolo García en el Auditorio La Chumbara (no hagas caso del nombre, La Alhambra luce preciosa al fondo). Elegancia no solo en la arquitectura. Hasta Anthony Kiedis sale al escenario con corbata. ■■

Fotografía **Alvaro Barrientos**

EL QUE ALIVIÓ UN MALDITO HURACÁN

Alejandro Sanz, Jarabe de Palo, Ketama, Malú y Ella Baila Sola

Principales Solidarios
Palacio de los Deportes
(Madrid)

11 de diciembre de 1998

Finales de octubre y primeros de noviembre, 1998. El huracán Mitch arrasa como un concierto literal de *death metal* varios países centroamericanos. 11.000 muertos, 8.000 desaparecidos. La catástrofe impresiona la sensibilidad de muchos, incluidos los jefes y DJs de LOS40, que organizan un concierto para financiar la ayuda humanitaria de Médicos Sin Fronteras y Cruz Roja Española.

La causa se merece un cartel atrayente: Alejandro Sanz, Jarabe de Palo, Ketama, Malú y Ella Baila Sola, bajo el lema *Hoy tocamos por Centroamérica*. Su repercusión es enorme: Felipe de Borbón, entonces Príncipe de Asturias, preside un evento con detalles entre inéditos e inauditos, por ejemplo la interpretación a pachas de Ketama y Pau Donés del tema *Pura sangre*. El proyecto tiene continuidad en años posteriores, con otros fines solidarios y la participación de iconos como Amaral, Hombres G, Mikel Erentxun, Los Secretos, Estopa, La Oreja de Van Gogh, Eros Ramazzotti. ■

Fotografía **Uly Martín**





NUEVO VOLVO V40 POR 19.990€

Equipo de sonido alto rendimiento
City Safety. Sistema de Frenado Automático
Mandos integrados en el volante



Red de Concesionarios Volvo de Madrid

Modelo del ejemplo Volvo V40 D2 Kinetic manual 120cv P.V.P. recomendado para Península y Baleares 19.990€. Emisiones CO2 89 gr/km. Consumo mixto 3,4 l/100km. Precio válido para unidades financiadas bajo la marca Volvo Car Financial Services® (pertenecientes a Volvo Cars Group) a través de Banco Cetelem S.A.U A-78650348, con un importe mínimo a financiar de 16.800€. Duración mínima 48 meses. Permanencia mínima 24 meses. Sujeto a la aprobación de Banco Cetelem. Oferta válida hasta el 31 de diciembre. El vehículo mostrado no coincide con el ofertado. Para conseguir toda la información de una manera exacta y precisa visita tu Concesionario Oficial Volvo

Eres indie (y no lo sabes)

Texto de **Darío Manrique Núñez**

Los prejuicios van desapareciendo. La línea entre el indie y la música comercial se difumina. Lo logra el éxito de Vetusta Morla, Love of Lesbian o Supersubmarina y de festivales como Sonorama Ribera. La respuesta a esta bienvenida realidad: un nuevo programa, 'LOS40 Trending', presentado por Arturo Paniagua.

La época de considerar la música indie como un nicho minoritario ya se puede dar por finalizada. Vetusta Morla han conseguido dos discos de oro –más de 20.000 copias vendidas– y uno de platino –más de 40.000– por sus tres álbumes autoeditados. Iván Ferreiro colocó su *Casa* como número 1 de ventas –el primero en sus 25 años de carrera– a principios de noviembre. Love of Lesbian son candidatos a tres premios de LOS40 Awards y en 2016 han sido cabeza de cartel de 20 festivales, nada menos.

¿Qué tienen en común esos tres nombres? Atendiendo a la estricta definición del indie como artista que funciona de manera independiente, sin el respaldo o la intervención de una gran empresa, solo Vetusta Morla, que se lo hacen todo ellos solitos, lo serían. Ferreiro ha editado todos sus trabajos con una multinacional, la misma que ha sacado los tres últimos de Love of Lesbian –los cinco primeros fueron referencias de diversos sellos independientes–. Si a ello sumamos que la banda indie española por antonomasia, Los Planetas, han desarrollado toda su carrera en una *multi*, habrá que deducir que lo indie no tiene nada que ver con la faceta empresarial.

Lo indie, entonces, ¿es una opción ética o estética? “En España se entiende más como un bando que como un género musical, a diferencia de lo que ocurre en el resto de Europa. Escuchas la BBC o Sveriges Radio [la emisora estatal sueca] y ponen a Rihanna y después a los Arctic Monkeys, sin problema. En España, sin embargo, se ha entendido siempre más como un compartimento estanco”, explica Arturo Paniagua, que desde el pasado mes de septiembre dirige y presenta *LOS40 Trending*: de lunes a viernes a las 23 h.

No es la primera incursión de la emisora en el mundo indie –*Viaje a los Sueños Polares* marcó una época a mediados de los noventa–, pero su ambición va más allá: “Es un espacio muy

pegado a Internet que da cabida a nuevos sonidos relevantes a nivel internacional y nacional, no solo lo indie, sino que también abrimos los oídos para escuchar a los artistas que están dando forma a la vanguardia de la música, gente como Blood Orange o Frank Ocean”, aclara Paniagua. “Pero, sí, resumiendo, este es el programa que los cuñados dicen que es el programa indie de LOS40, el que los hipsters escuchan a escondidas”.

Según el locutor, “ha habido un cambio en el consumo de la música que permite que artistas de mediana importancia o incluso emergentes puedan tener relevancia sin el apoyo de una gran emisora. Por eso queremos convertirnos en medio de referencia de esos sonidos”.

Si un festival muestra el auge de la corriente indie en España es el Sonorama Ribera, que se celebra cada agosto en Aranda de Duero (Burgos), desde 1998. Su crecimiento ha ido en paralelo al de bandas que hoy atraen a 20.000 personas diarias al recinto festivalero, los ya nombrados más Supersubmarina, Izal o Lori Meyers, entre otros. “Nuestra responsabilidad es crear grupos que puedan ser cabezas de cartel, es lo que va a asegurar nuestra supervivencia”, asegura Javier Ajenjo, director del festival.

“La irrupción del indie en terreno *mainstream* era algo lógico”, continúa: “Lo que no tenía sentido es que la música que suena en los festivales no sonara en las radios. Por otro lado, me cuesta entender la actitud recalcitrante de algunos fans indies, a los que parece que les molesta que su grupo tenga éxito, se lo quieren guardar para ellos”.

Love of Lesbian fue uno de los cabezas de cartel de Sonorama 2016. Su cantante, Santi Balmes, coincide con Ajenjo en lo inevitable de penetrar en el territorio de la música comercial: “Hay una serie de bandas, Love of Lesbian y unas cuantas ▶



► más, dando guerra desde hace mucho, y además cada año aparecen grupos que no conoces de nada pero que abarrotan salas con gente de 20 años. La industria siempre va tres o cuatro años por detrás de la realidad”.

Esa realidad implica un cambio en los hábitos musicales de los más jóvenes. “Ahora los chavales escuchan una canción de Supersubmarina, luego otra de [el rapero] Shotta, después La Oreja de Van Gogh, Dani Martín y más tarde Vetusta Morla. Hay una apertura de miras que antes no existía, tal vez porque no teníamos acceso a tanta música”, indica el director de Sonorama.

Todo eso se completa con una evolución, también, en los propios grupos, alejados de dogmas estériles sobre la integridad y consignas sobre “no venderse”. “Hay bandas como nosotros, Sidonie, Lori Meyers o Vetusta que rompimos un poco el molde”, señala el vocalista de Love of Lesbian, “y a partir de ahí percibes que las bandas más jóvenes saben cómo afrontar los directos, por ejemplo, de una forma muchísimo más extrovertida. Los complejos vienen de la generación de mediados de los noventa, por la inseguridad de los grupos de ese momento, entre los cuales nos incluyo a nosotros en la primera época, cuando intentamos ser muy serios y muy indies, pero luego nos dimos cuenta de que habíamos heredado la extroversión de la Movida. Pensábamos entonces que no íbamos a ser entendidos, pero en realidad no se trataba de otra cosa que de provincianismo”.

Fran Fernández, que ahora graba bajo el nombre de Francisco Nixon y en los noventa lideraba Australian Blonde, uno de los pocos proyectos indies que dio el salto a una discográfica multinacional y sonó en LOS40 gracias al éxito de su tema *Chup Chup*, recuerda esos prejuicios. “Para nosotros sonar en LOS40 era un arma de doble filo. Por un lado suponía la posibilidad de llegar a una gran audiencia, pero por otro corríamos el riesgo de que nuestro público de base nos abandonara, como así sucedió. Personalmente, sonar en LOS40 me hizo mucha ilusión”.

Al menos hasta ahora, en la relación indie / música comercial ha habido, advierte Arturo Paniagua, desconfianza por ambas partes. Para unos, lo que gusta a la mayoría es “una hortorada”. Para otros, lo indie es “música rara, de tristes”. Santi Balmes, que habla desde México, donde Love of Lesbian están de gira, no puede evitar comparar las actitudes españolas con las de allá: “En México no hay cinismo ni esnobismo por parte de la *fanbase*, como dicen ellos. En España, sin embargo, la cosa es muy sectaria. A mí me hace mucha gracia cuando alguien nos dice en Twitter: ‘Os he visto en tal programa de televisión, ya no sois los de antes’. ¿Y cómo te has enterado tú? ¿Acaso no estabas viendo ese programa? Es un debate que deberíamos superar de una vez. Nosotros no hemos cambiado para poder aparecer en medios comerciales, han sido ellos los que han girado la cabeza hacia nosotros”.

“Yo la palabra indie no la relaciono con independencia, sino con identidad, y la identidad de un grupo no depende de que suene en LOS40 o en Radio 3, tiene que ver con lo que uno es y la música que hace. Quitémonos ya esos miedos”, sentencia Ajenjo. Su festival, Sonorama, es pionero en hacer el camino inverso: mostrar artistas considerados comerciales en un contexto indie. “Lo hicimos con Amaral, una banda de referencia, y luego hemos ido más allá con Raphael o el Dúo Dinámico. No sé cómo no se había hecho antes, no tiene sentido denostar aquello de donde venimos”.

Felizmente, *LOS40 Trending* apenas ha encontrado prejuicios entre los oyentes habituales de la emisora: “En redes muchos muestran sorpresa, en plan ‘me está abriendo los ojos, me gusta más de lo que imaginaba”, revela Arturo Paniagua. Resulta que eran indies, pero no lo sabían. ■



© Alfredo Arias



© cedida por Sonorama



➤ En la página anterior, **Vetusta Morla** en Sonorama. En esta, desde arriba, **Santi Balmes**, de Love of Lesbian, en el último festival Dcode; **Supersubmarina** en el escenario de la Plaza del Trigo de Sonorama y **Arturo Paniagua**, presentador de *LOS40 Trending*.

SEER

HOY ES VUESTRO DÍA.

FELICIDADES A 
POR ESTOS 50 AÑOS HACIENDO HISTORIA.



Texto de
Rubén Romero
Foto de
Ximena Garrigues
y **Sergio Moya**

Dentro de su vocación de ser radio del entretenimiento total, no todo han sido contenidos musicales. Las salvajadas de Dani Mateo y sus colaboradores en 'Yu: No te pierdas nada', los consejos sexuales de 'En tu casa o en la mía' o los trucos para pasar pantallas de 'Game 40': un repaso a los programas del palique.

Hay que tener mucho cara

Dani Mateo

'Yu: No te pierdas nada'

Al frente del programa – patrocinado por Vodafone –, el popular Dani Mateo es la voz (y la imagen) de una radio no solo musical en continua transformación.

«Tienes que estar en el mercado ofreciendo tu pescado y el público ya decidirá si se compra el atún entero o las rodajas»

Hay un hombre en España que lo hace (casi) todo. Se llama Dani Mateo, nació en Grano-llers en 1979 y tiene tal actividad que te hace pensar que vive su vida y la de veinte como tú. Televisión, teatro... pero sobre todo la radio ocupan sus horas.

¿Cuál es tu primer recuerdo de LOS40?

Hay radios que sintonizas y hay radios que no. LOS40 es una radio que te ha acompañado toda la vida: la llevas en el coche, pero te bajas y también la tienen en la tienda o en el bar. Es una emisora que es imposible que te moleste. La radio ideal para sobrellevar el día porque siempre tuvieron mucho cuidado en no ponerte de mal rollo.

¿Y laboralmente?

Mi colaboración con Frank Blanco en *Anda ya*. Recuerdo que iba con muchos nervios. Yo había trabajado en radio en Cataluña, pero no lo había hecho para toda España. Hacer humor es algo muy personal: sabes que hay cosas que funcionan localmente, pero no estás seguro de que vaya a ser igual a nivel nacional. E impresiona saber que hay gente escuchándote en Granada o en Galicia. También tuve la suerte de que, aunque salía el último, lo hacía muy pronto por la mañana. De hecho, para mí era la madrugada. ¡Déjame que reivindicque que esas no son horas de hacer humor! Como estaba medio dormido, no me enteraba. Salía preguntándome: ¿qué he hecho?

¿Qué hace una estrella de la televisión como tú en un programa de radio?

La radio, junto al teatro, es el gran gimnasio del comunicador; el gran salto al vacío. La radio lo es todo: es donde más en contacto estás con el oyente, donde más puedes improvisar, donde más eres tú. Y donde más te expones. Así que en la radio hay que estar. Se dice que la tele es puntual y la radio es para siempre. Es una casa que, si la mantienes limpia, siempre puedes volver a ella. Hay que tener un pie en la radio de la misma manera que hay que tener un pie en el teatro... ¡Y ahora me he hecho un lío porque no hay más pies!

Cuando volviste a la casa, ¿la viste muy cambiada por las nuevas tecnologías?

Yu es un programa que se consume en *tupper*. La gente se lo descarga y lo escucha cuando sale a correr o va al gimnasio y además se puede ver... Explota todos los recursos actuales.

La radio ya no es solo audio, también se puede ver. ¿Esto modifica la manera de trabajar?

Se están rompiendo las barreras. Para mí, el programa del futuro tiene que ser una mezcla de *show* teatral, de programa de televisión y de programa de radio... Tiene que ser un *show* que se pueda consumir por todos los medios: por el teléfono, por la tableta, por la televisión, como sea. Tú tienes que hacer un espectáculo que, ante todo, sea divertido. Y luego la gente, que es muy lista, ya lo consumirá cuando y como quiera. Tienes que estar en el mercado ofreciendo tu pescado y el público ya decidirá si se compra el atún entero o las rodajas.

Además de imagen, 'Yu' incorpora a esos nuevos comunicadores que son los 'youtubers'...

Forma parte del ciclo de la vida que los que somos un poco más mayores abramos las puertas de los medios a los que han nacido más tarde. Básicamente, los *youtubers* son gente muy joven, que tiene sus propios referentes y que hace sus propias bromas. Hay que incorporarlos a la radio, porque los oyentes también van siendo más jóvenes y les gusta que les hablen en su idioma.

En 'Yu' compartes micro y cámara con Antonio Castelo o Joaquín Reyes. ¿Cuánto pesó en tu decisión de volver el estar con tus amigos?

Aunque haya defectos, lo importante es el ambiente que se crea. Por ejemplo, [el espacio televisivo] *Sé lo que hicisteis...* era un programa al que se le veían las costuras, pero como veías a un grupo de gente disfrutar, te relajabas y participabas de la fiesta. No soy el mejor presentador del mundo, tengo mis defectos, la cago todo el rato, hablo de más... pero se me ve disfrutar. ¡Mi gran virtud es pasármelo bien! Eso la gente lo agradece.

¿Y cómo disimula uno cuando no le apetece estar delante de un micro?

Pues la verdad es que trabajar me sirve de terapia. Los amigos que tengo aquí hacen que me venga arriba. ¡Eso que me ahorro en psicoanalista!

Si te pudieras reencarnar en un locutor de LOS40, ¿a quién elegirías?

Fernandisco, porque es parte de mi infancia. Yo viví esa voz engolada, esa corrección maravillosa... ¡Y ese nombre! ¡Fernandisco! No ha habido ni habrá un nombre mejor para disc-jockey que Fernandisco.

Y si pudieras elegir un programa de la parrilla para sustituir a su presentador...

Anda ya, pero por las tardes. ¡Ni hablar de levantarme pronto otra vez! ■

Vida en el más allá (de las canciones)

Noches de confesiones, trucos para pasar de pantalla en los videojuegos y en la vida sexual, movidas en plena Movida... Contenidos que a sus oyentes les suenan como si fueran música.



'En tu casa o en la mía'

Lorena Berdún
(1998-2002)

Lorena Berdún, sus consejos y su naturalidad hablando de sexo, son parte de la educación emocional de muchos españoles. ¡La de cosas que nos enseñó! Recibió un merecido Premio Ondas en 2000. ■■



'Game 40'

Guillem Caballé
(1992-1998)

Llega 1992, llegan los Juegos Olímpicos... y nos ponemos a darle a los videojuegos. Con Juan Luis Ferrer y Guillem Caballé, *Game 40* fue un programa pionero en la información sobre el mundo de la consola que nos contaba todos los trucos para pasar pantallas. ■■



'La mar de noches'

Mar Montoro
(2010-2013)

En el otoño de 2010, Mar Montoro aporta su granito de arena al calentamiento global con este *show*. No se censuraba nada y las estrellas eran, por supuesto, "las pruebas de novios". Inolvidables las orgásmicas confesiones de sus oyentes. ■■



'La gran movida'

Jaime Barella
y José Miguel Jáuregui
(1982-1987)

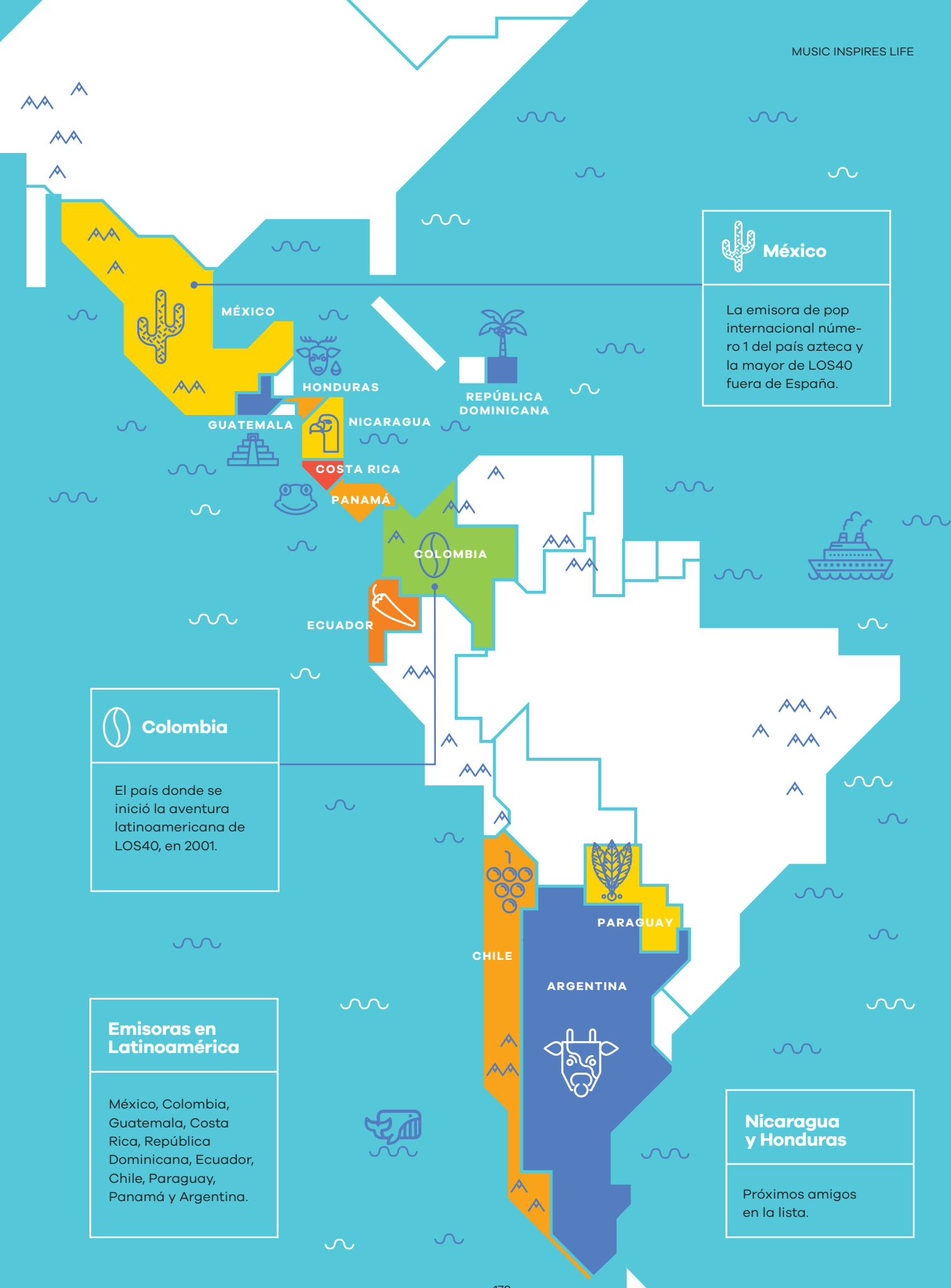
Tan influyente que, en buena parte, bautiza a la Movida madrileña, cuyos protagonistas pasan ante los micros y las voces de Jaime Barella y José Miguel Jáuregui. El dúo repetiría con *A las tantas*, con un Joaquín Luqui convertido en proto Iker Jiménez hablando de... ¡brujería y ocultismo! ■■



'Qué te cuentas'

Susana Gil
(2002-2006)

Susana Gil era para muchos la amiga más compresiva de problemas y complicaciones. Un espacio nocturno basado en la poco común virtud de escuchar a los demás. ■■



Y América nos conquistó

LOS40 nacieron en España hace 50 años, pero se han convertido en una marca global con presencia en 11 países unidos por su forma de prescribir música. Así, se ha convertido en la mayor emisora transfronteriza en español del mundo. Una aventura que empezó hace 15 años.

Textos de **Juan Pablo Zurdo**

Medidas de una cadena global		
11 países + de 150 locutores y DJs 189 frecuencias	800 eventos (5 millones de asistentes) 360 millones de horas de <i>streaming</i> en 1 año	5 millones de oyentes 40 millones de seguidores en Twitter y Facebook

Argentina	España	En Argentina, Chile, Costa Rica, Ecuador y México	Colombia, Chile, Costa Rica y Panamá
LOS40 son la radio juvenil líder del país.	La emisora musical líder (desde su nacimiento) y la segunda más escuchada en todas las categorías.	Es la emisora n°2 en el mismo formato musical de LOS40.	Los cuatro países con más cantidad de seguidores de clase social media-alta.

Las cumbres iberoamericanas se celebran cada dos años. La cumbre iberoamericana de LOS40 tiene lugar cada pocos meses.

En esas reuniones mundiales, el responsable de cada versión nacional de la emisora se lleva una *playlist* para escuchar lo que arrasa en su país y adivinar lo que puede arrasar en todos los demás. Parece, es, un foro internacional sobre culturas afines y al mismo tiempo únicas. “Nuestro nuevo logo de LOS40, con los lazos, simboliza precisamente eso: unión, sentido de comunidad, fluidez entre 11 países”, explica Sandra Rotondo, directora general de Música de PRISA Radio.

Chiste de viajero: “El español, ese idioma común que nos separa”. Traducción: entender las diferencias es imprescindible para valorar lo común. Así ha sido el proceso de adaptación mutua emisora-país desde que en 2001 LOS40 comienzan su emigración al oeste.

“Jefe –allí siempre le llaman jefe a uno–, ¿le importaría hablar más español y menos castellano? Es que no le entendemos y nadie

CUATES LOCUTORES de LOS40 en México lindo.



"Jefe, ¿le importaría hablar más en español y menos en castellano? Es que no le entendemos"

es capaz de decírselo”, le susurraron hace 14 años en Panamá a Jordi Finazzi, el pionero en la zona cero del proyecto 40, hoy director de Musicales América, de PRISA Radio. “Allí entendí que el tono, las palabras y el lenguaje corporal pueden marcar la diferencia en una relación o en el ambiente de trabajo”.

En Colombia, aprendió que “le provoca” significa “le apetece”, que “pena” equivale a “vergüenza”, también a “desoxidar las caderas españolas, allí si no bailas estás solo”. Ya globalizado, Finazzi en Latinoamérica ha aprendido “de radio, de cercanía... a ser más amable, a no pelear contra el mundo”.

En naciones como México y Colombia, el talento radiofónico en particular y artístico en general son desbordantes, lo eran hace 14 y 12 años cuando la emisora empieza a buscarse la vida. Son países que hablan y escuchan mucho, condiciones que no siempre van juntas. “Vinimos a escuchar”, dice sobre México Nacho Reglero, director general de Televisa Radio.

Y también a dar que escuchar “la convivencia de éxitos en inglés y español en una radio con mucha acción. Cuando la competencia conoció nuestro modelo, se tranquilizó, pensó que no funcionaría. Parece que se equivocó un poco”. “No hablamos de éxitos, los elegimos”, era la explicación al mercado del nuevo concepto. Podría decirse que fue el germen de la radio interactiva. Mientras los eslóganes de todos los competidores, fuertes

sin excepción, incluían siempre la palabra “éxito”, LOS40 México se diferenciaban de entrada con tres palabras y una declaración de intenciones: “Toda la actitud”.

Actitud en todas partes. Ninguna otra emisora en español ha extendido tanto su alcance. Posiblemente tampoco en inglés en el nicho musical. En la mayoría de países 40, está entre las dos primeras de su formato.

España cuenta casi un millón y medio de fans. Argentina, dos millones. México, más de nueve. Se expande la comunidad y con ella el concepto de entretenimiento: vídeo, radio, contenidos digitales y experiencias en vivo y en directo. “Un producto que se escucha, se ve y se comparte”, dice la marca.

Trama de *rankings*, *ratings*, esquemas de gestión, cifras corporativas... Pero el producto que lo sostiene no es tecnológico, ni empresarial, es biológico. Aunque LOS40 cumplen años, huelen a espíritu adolescente: a la emoción de la canción en sintonía con la emoción del fan, a catálogo surtido de la euforia a la nostalgia, o del despecho al desmadre.

Finazzi comenta que el factor humano es el vínculo para la sintonía con “países donde el cariño, el ritmo y la musicalidad hacen que la gente sea más feliz”. Reglero enumera hasta 36 locutores mexicanos, nada menos: “Gente que haciendo feliz al auditorio, acaban siéndolo más ellos”.

"Nos son familiares todos los acentos. Bacano o chévere son ya vocabulario común. Lo mismo sucede con la música"

Amplía: "México es un país que ríe, que llora, pero sobre todo que canta. De gente cariñosa, humilde, creativa y muy divertida. Es parecido a España en muchos sentidos pero con matices de su ubicación norte, de su misticismo, su historia". Esa vecindad cultural, y además el puro olfato, el instinto de fan para contentar a los fans, ha impreso carácter local a la marca global de LOS40 en México.

Con esa mezcla de talento e identidad, dice Reglero, "el efecto al aire de programas y locutores es que escuchas un incluyente círculo de amigos, que habla y juega como tal". Raro es el humano, subespecie oyente, al que no le apetece juntarse a eso.

El proceso de integración local/mundial continúa –más o menos un 15% de programación musical en español–. Por ejemplo en los *global shows* a ambos lados del océano. En las cumbres iberoamericanas que decíamos. En grupos que se comparten cada vez más, como los anglosajones. Caso de los españoles DVICIO –rompen en España con *Paraíso*, salto a América, doble *sold out* en el Teatro Metropolitano de México DF y desembarco en otros países latinos y en EE UU–. Maluma, desde LOS40 Colombia viaja por las redes sociales hasta ganarse a España. Caso de Morat, también

colombianos, cuyo objetivo es ser principales para la audiencia hispana de cualquier pasaporte.

Sandra Rotondo dice que cada vez surgen más bandas con esa visión de satélite, "aspirantes a mercados globales desde América y a entrar en Europa desde LOS40 España". El motor de este movimiento comunitario es la "inquietud permeable".

"Va a más en un mundo multicultural imparable. Hace unos años en España era exótico un emigrante. Ahora convivimos. Nos son familiares todos los acentos. Bacano o chévere son ya vocabulario común. Lo mismo sucede con la música, que siempre va por delante".

Rotondo habla en definitiva de fusión cultural/musical. De idiosincrasia nativa que se mezcla para hacerse transversal. ¿Por ejemplo? Los Ángeles Azules, mucho más que cumbia sonidera mexicana. Casi doscientos millones de visualizaciones en Youtube de *Sentimientos* no pueden equivocarse. ■



DANIEL SEGOVIA

Los 40 Chile

Ducha Teléfono y Del 40 Del 1

"Magia: estás dentro de cuatro paredes con dos o tres personas, pero le hablas a cientos de miles en el mundo. Te conviertes en su compañero, creces, vives con ellos. La entrega de energía es enorme porque salimos al aire cada día laboral a las 7 de la mañana. Tenemos que motivarnos para motivar con información, opinión, diversión, a veces algo de sarcasmo... ¡y música!".



JUAN CAMILO ORTIZ LUNA

Los 40 Colombia

El morning de 40

"Los *millennials* sienten que vivimos las mismas cosas. Que gente que no conozco se identifique conmigo y sienta que me conoce, es una sensación muy intensa. En el *morning* colombiano somos cinco amigos, cinco personalidades diferentes, hablando al aire de nuestras vidas, relaciones, trabajo. Somos un *Friends* en radio".



JUANI MARTÍNEZ

Los 40 Argentina

Guatsap (La mañana de LOS40)

"Es apasionante generar una emoción positiva a quien me escucha. Disfrutamos de lo repentino, de lo que pueda disparar una llamada, un mensaje, una noticia... todo puede verse de una manera diferente, desde el pensamiento lateral. Estamos en un país enorme, muy ecléctico. Cada mañana hablamos un idioma común con los oyentes, ese idioma no es exactamente español o castellano, sino el argentino".

Dúo de voces

Un locutor español que conecta 11 países a la vez todos los domingos.
Una locutora mexicana en el país con más fans y 'followers' del universo 40.

Tony Aguilar

Director y conductor de
40 Global Show - España



“Cuando una canción suena en LOS40 de 11 países a la vez, el éxito toma otra dimensión”

¿Qué le debe tu estilo al estilo 40?

Todo. Crecí como su oyente, jugando desde niño a ser locutor de LOS40. Es indisoluble.

11 países, millones de oyentes... ¿cómo hablar un idioma radiofónico común para tanta diferencia?

La música no tiene fronteras y menos bajo el maravilloso paraguas del español.

¿LOS40 son un lazo de verdad, de tú a tú, entre la gente de nuestros países?

Con ese fin nació nuestro *40 Global Show* hace un año. Que aflore el sentimiento y el orgullo de cadena musical en español más grande del planeta. Es maravilloso ser el puente en esa unión.

¿Qué tienen de común LOS40 y qué de carácter exclusivo de cada lugar?

El espíritu 40 se respira en todas nuestras emisiones pero cada país se adapta a los gustos de cada zona. Llama la atención que muchos países son absolutos expertos en electrónica.

Y los fans, ¿en qué se parecen y en qué son todo lo contrario?

Tenemos mucho más en común. He visto a los fans en la puerta de un hotel en México DF coreando canciones de sus ídolos allí alojados y poco se diferenciaban de esa misma imagen en un hotel madrileño. Tal vez lo diferente era el desayuno que habían tomado. El carácter latino y nuestra pasión por lo que nos gusta nos diferencia del resto del planeta y nos une a nosotros.

¿Cómo mantienes el ánimo en lo alto de la lista aunque quizás no tengas el mejor día?

Los problemas se quedan en la puerta

del estudio. Muchos de los oyentes nos necesitan precisamente para no pensar en sus propios quebraderos de cabeza.

Si estuvieras al otro lado de la mesa y del micrófono, ¿qué grupo o cantante te gustaría ser?

Paul McCartney. Porque Tony Aguilar me haría su entrevista más deseada. O tal vez Bruno Mars por ser su artista de cabecera en la actualidad.

Lo más bonito que has aprendido de un entrevistado. Lo más bonito que has aprendido de un oyente.

Nunca olvidaré algunos consejos sobre la paternidad que me brindaron U2 en Londres. Tampoco cómo una oyente me daba las gracias porque su hijo con autismo había aprendido a hacer cuenta regresiva gracias a escuchar cada semana *Del 40 al 1*.

¿Cómo imaginas la globalización de LOS40 cuando cumplan 100?

Cuando yo empecé hace 25 años no existía internet. Poníamos singles de vinilo y publicidad en cartuchos de cinta magnética. Nosotros éramos la red social de los oyentes. Su principal punto de información sobre los artistas. Hoy llevan en su *smartphone* una foto de su ídolo recién despierto y aún en la cama. Ha ido todo tan rápido que no tengo ni idea de dónde estaremos dentro de 50 años. Eso sí, lo que persiste y persistirá es esa sensación de alegría y comunión entre los fans cada vez que ponemos un tema en antena. Cuando una canción suena en la radio, y encima en LOS40 de 11 países a la vez, el éxito toma otra dimensión. ■

"A los locutores 40 de cualquier país nos distingue la frescura, que no hay poses, que se es auténtico"

Tamara Vargas

Directora y conductora
del morning show
Ya párate – México



"Los fans 'yaparateanos' son intensos, divertidos, cariñosos, creativos... entrañables"

Defina usted, admirada locutora, su estilo personal.

Ecuánime pero alocada, explosiva pero pacifista, rebelde pero conciliadora. Todo a la vez y siempre real.

Por qué nadie debe perderse 'Ya párate'.

Porque *Ya párate* es como la casa de todos. Quien quiera sumarse se vuelve parte de la familia *yaparateana* y así es recibido. Con cariño, con alegría, con buen humor... justo como se debe empezar una mañana para cargarse de buena *vibra* y energía. Y, entonces sí, continuar con el resto de las actividades.

Los temas monográficos más locos del programa...

Fueron muy populares hasta ser *trending topic* #enunmundoparalelo, #tengoqueconfesar, #notedeseoelmalpero... El público aprovechó para echar a volar su imaginación... y también para revelar algunos deseos reprimidos.

¿Qué es tan mexicano que no puede entenderse en otro país?

Manejamos el doble sentido y el albur, que es parte de nuestra idiosincrasia. Lo bueno del doble sentido es que quien no logra entenderlo como tal no le afecta. Mexicanismos como chale, chido, a huevo, no manches, entre otros muchos, se mezclan en el vocabulario *yaparateano*.

¿Por qué LOS40 tienen tanto impacto en un país impactante?

A los mexicanos nos gusta lo auténtico, 40 lo es. Es una estación de radio que te habla de manera fresca y sin poses y eso hace que todos se identifiquen con ella. No se miente por convivir.

Nos recomendamos...

De los clásicos, Café Tacvba, Natalia Lafourcade, Panteón Rococó, Zoe y Molo-

tov. De lo más reciente, Tren a Marte, Jessy y Joy, Carla Morrison, los Liquits y DLD. Una buena canción para mi sería *Todo cuenta*, de DLD.

¿Cómo es el fan prototipo de 'Ya Párate' y qué te sorprende, emociona de él?

Se saben los chistes, las anécdotas, las bromas, los momentos más emblemáticos, incluso más que nosotros, los locutores. Han llenado el Auditorio Nacional cinco veces para celebrar nuestros aniversarios. Son intensos, divertidos, cariñosos, creativos... entrañables. Cuando un fan del programa dice "soy *yaparateano* al pedo" es que tiene el máximo nivel de fan, y lo sabe.

¿Qué te llama la atención del estilo radio-locutor de LOS40 España?

A los locutores 40 de cualquier país nos distingue la frescura, que no hay poses, que se es auténtico. Sin duda, lo aprendimos de LOS40 España. Muy ágiles, espontáneos y con mucho *timing*. ¡De aplaudirse y aprenderse! ■

EL FUTURO 7

Presente de la radio de mañana **178**

Una nueva forma de ver la radio **180**

Nueva hora DJ **182**

Huele, cata y toca la música **188**

Toni Sánchez: En la hora del cambio **192**

Augusto Delkader: 50 años de vanguardia **194**

Texto de **Carlos Risco**
Fotografía de
Ximena Garrigues y
Sergio Moya

Integrada en el móvil, conectada con su audiencia a través de las redes sociales y prescriptora de contenidos diferenciados. La radio se transforma a toda velocidad y LOS40 aceleran una renovación completa que acompaña a la revolución digital.

R-evolución imparable



Óscar Martínez, disc-jockey
multimedia de LOS40.

Móvil, sin hilos, multidispositivo. Antes de la llegada de Internet, la radio ya había anticipado muchas de las modalidades de consumo que hoy distinguen a los medios de la era digital. Y es que fue el primer “medio social” antes de Facebook, Twitter y las demás plataformas. Para John Donham, CEO de TuneIn (*app* radiofónica para *smartphones*) la radio es una forma original de red social: “Permite que conectes con otra gente y otras ideas dentro de tu comunidad o más allá, de manera gratuita. Esto es lo que hace de ella algo único y es la raíz de su longevidad”. Inmersa en la transformación digital, la radio vive una nueva fase de cambio, derivando hacia los *smartphones*, consumida a la carta a través de los *podcasts*, retroalimentada con sus oyentes a través de las redes interactivas. Transformación y a la vez una gran oportunidad. Como predijo Nic Newman, autor del *Digital News Report* del instituto Reuters, asistimos a un “renacimiento del audio” debido sobre todo a la eclosión de los dispositivos móviles y *online*.

Del dial a la 'app'

Sigue siendo la fórmula mayoritaria para buscar novedades, pero inmersa en un proceso de transformación de las audiencias, sobre todo las más jóvenes en su descubrimiento musical. “La radio ha resistido como ningún otro medio la disrupción digital en términos de audiencia y modelo de negocio. Sin embargo, no puede escapar por más tiempo a los efectos de los motores de cambio de esa disrupción: la convergencia de contenidos y formatos, la multi-distribución en diferentes plataformas y el consumo bajo demanda”, asegura Vicente Jiménez, director general de la Cadena SER y PRISA Radio España: “Estos factores deben ser una oportunidad, no una amenaza. La nueva radio deberá oírse y verse donde esté el oyente, cuando quiera, en el dispositivo que quiera”.

Por su lado, Ricardo Villa, director de Contenidos, Programas y Estrategia Digital de las radios musicales de PRISA, asegura que esta transformación implica dos cambios: “Por un lado, en la prescripción musical, hacia la sensación de que los DJs sean las personas más informadas, las que buscan las tendencias. Y por otro, la radio pasa a ser una plataforma de 360º en la web, las redes sociales y los contenidos audiovisuales”. Según Villa, “convivirán diferentes modelos: la radio lineal con una mejora en la prescripción musical y en la personalidad de la emisora; y radio *online*, donde *podcasts* y redes sociales multiplican su poder. Según el momento del día, lo importante es ser capaces de que LOS40 estén con nuestro público, sea en el transisor, en el móvil, en el PC o en vídeo”.

Para Miguel Campos Galán, coordinador multimedia de las cadenas musicales de PRISA Radio, la transformación “pasa por palabras altisonantes como contenido multimedia y multiplataforma, *crossmedia* o *engagement* con el usuario. La radio ya no solo radia, es un generador de contenido que ofrece sus historias independientemente del código que estas utilicen: audio, vídeo, contenido web... ¿Cuál es la mejor noticia? Que estos contenidos multimedia y multiplataforma nos dan la posibilidad de acercarnos a nuevos públicos con nuevos hábitos, que consumen música y radio de una forma diferente, y plantear una oferta más heterogénea y adaptable a lo que demande esta audiencia”.

LOS40 se preparan para liderar ese futuro. Tecnológicamente, ello conlleva un importante esfuerzo, como la *app* que se estrena el primero de diciembre. “En la aplicación conviven radios inéditas dentro de LOS40 que serán solo *online*, pensadas para el móvil”, explica Villa. Así, la *app* lanza tres emisoras que reinventan el modo de consumir contenidos. Por ejemplo, *LOS40 for Runners*, pensada para practicar ejercicio, con un criterio musical diseñado junto con entrenadores para ponerle banda sonora a los entrenamientos deportivos. Además, *LOS40 for Cooking*, con selección musical para cocinar. Y *LOS40 Momentos Específicos*, donde el estado de ánimo condiciona la música. “Esta *app* abre un espectro que multiplica LOS40 y lleva la radio a una nueva dimensión”, asegura Villa.

La transformación será total y con todos los agentes implicados. “Los nuevos disc-jockeys deben utilizar las mismas herramientas que los viejos: autoridad (conocimiento musical), capacidad para comunicar, empatía y prescripción”, apunta Vicente Jiménez. “Lo que ha cambiado son los canales para llegar a la audiencia. Si figuras como Joaquín Luqui tocaban a sus oyentes a través de la antena y los eventos que organizaba la emisora, los locutores actuales ahora tienen las redes sociales. Precisamente por la facilidad de llegar a públicos diversos que permiten las nuevas tecnologías y por la cantidad de música disponible, los DJ deben construir su personalidad de forma diferenciada. Todo el mundo es un DJ en potencia, capaz de hacer y compartir sus propias *playlists*. El *coaching* y el *mentoring* son básicos para cualquier prescriptor musical”, asegura.

El factor humano

La siguiente etapa de transformación, según Villa, está en el coche, cuando el automóvil sea autónomo y la atención del conductor pueda enriquecer su escucha y florecer por los diferentes contenidos de una radio múltiple. Ya no solo escuchas una voz amiga, sino que interactúas con ella desde un dispositivo conectado a la red, como un *smartphone*. “Y aunque ultratecnológico, el futuro inmediato se distingue por lo que tiene de humano y tradicional: el protagonismo de la radio en directo es esencial, un valor que en ningún momento queremos perder. No somos un lugar de listas, sino de recomendación. Hay algoritmos, tecnología, pero la clave es el toque humano”, concluye Villa.

Una nueva forma de ver la radio



¿Qué ocurre cuando se traspasan a la radio el lenguaje y los comunicadores de Internet? Que surge un programa como 'Radiotubers', con Uri Sàbat.

Texto de **Miguel Ángel Bargueño** Fotografía de **Ximena Garrigues y Sergio Moya**

Esta gente tiene mucho peligro al teléfono. Pasadas las 10 de la noche, Uri Sàbat reta a su colaborador Jorge Cremades (humorista y *celebrity* de Internet) a que llame a una chica que aparece en la *app* para ligar Tinder, elegida al azar. Cremades contacta con una tal Sonia, enfermera, e intenta quedar con ella esa misma noche, avisándole de que irá su madre “para que dé el visto bueno” y porque a la señora le gustan mucho las enfermeras (“se pone mala muy a menudo”). La chica se parte. En otra inolvidable llamada, Cremades contacta con una redactora de la SER, con quien se ha cruzado un par de veces en los pasillos. La idea es ligársela, pero ella, tras el pismo inicial, que aumenta cuando Cremades dice algo de ir juntos “al cuarto de las fotocopias”, le manda a paseo.

Estas son cosas que pasan un día cualquiera en *Radiotubers*, el imprevisible programa que esta temporada llena de cachondeo absurdo las noches de lunes a viernes (de 21 a 23 horas). Parece increíble, pero lo han conseguido: trasladar a la radio el contenido y el tono que arrasan en las redes sociales, explorando una nueva vía de consumo radiofónico que causa estragos entre el público más joven, nativo de las últimas tecnologías.

“Es un concepto que persiguen radios como la BBC 1, [la francesa] NRJ...”, explica Sàbat (Barcelona, 1981). “Todas buscan una confluencia de Internet y radio. La idea es llevar contenidos masivos de Internet con una puesta en escena radiofónica. En dos horas, hablamos de redes sociales y de la vida, y lo hacemos con un lenguaje propio de los *youtubers*. Hemos detectado que la gente escucha la radio o ve la televisión con el móvil en la mano. Atrás quedó la idea del locutor que manda mensajes directos a la gente. Hoy la gente, con su móvil, también interactúa y hace que el programa sea mucho más vivo. Por eso buscamos la interacción y que la

gente vea y escuche lo que ha ocurrido en Facebook durante todo el día y se lo pase bien”. Exceptuando a Sàbat, es gente que no viene de la radio haciendo radio; probablemente el secreto de que esa mezcla funcione. La alineación de colaboradores incluye, además de al citado Cremades, a Manuel Huedo, Antón Lóger, Dante Caro, Andrea Compton, Borja Sumozas, Herrejoán, Abi Power, Celopán, Arkano... Por decirlo con un toque anglosajón, el *dream team* de los *influencers* de YouTube.

“Hemos planteado un programa con diez generadores de contenido, los *top* en España”, asegura Sàbat. “Me lo paso genial, para mí es un regalo. Mis colaboradores no son locutores, lo que es algo que da también algo de rollo y hace vivo el programa. Y funciona. Son gente muy creativa, que tiene muchas salidas, además de amigos fuera de la antenna. Y son un soplo de aire fresco; ellos descubren un mundo nuevo y nos hacen descubrir a nosotros también un mundo que a lo mejor no conocemos tanto, como es Internet, y día a día se van abriendo cosas nuevas y creativas, y eso es maravilloso”.

Por supuesto, lo que pasa en *Radiotubers* no se queda en la radio. El espectáculo se puede seguir a la vez en *streaming* de video, Twitter, Facebook y la propia web del programa en Los40.com. Un aluvión de coñas marineras que ataca al oyente por todos los flancos.

“Es el presente”, afirma Sàbat, que actualmente también presenta en Cuatro *Hazte un selfi*: “Me considero un comunicador, trabajo en radio, televisión e Internet. Intento ser versátil y creo que es hacia donde vamos. Hay una confluencia de medios que exige no solo presentar bien las canciones, sino hacer otras cosas. La radio ya no es solo FM, sino otras muchas cosas que también forman parte de la radio, como pueden ser las redes sociales, listas... y eso también forma parte de tu idiosincrasia como comunicador”.

Radiotubers ha sido el canalizador del concurso *ArgoTubers*, destinado a cazar nuevos talentos de la radio e Internet. “Es algo maravilloso. Se trata de un *casting* abierto para todo el mundo que tenga ganas y pueda presentarnos su candidatura para formar parte de nuestro equipo. Buscamos un comunicador 2.0: alguien que pueda presentar un disco pero que también puede hablar de redes sociales y hacer un poco de todo”.

Está claro que la noche sí es para Sàbat, que antes presentó *No te cortes* en LOS40, también en horario golfo. “Funciona mejor por la noche que por el día”, admite. “La radio por la mañana es muy diferente a por la noche, en cuanto al oyente, cómo le hablas a esa persona... Por el día tiene un punto más enérgico, para despertar o acompañar. Por la noche tiene una magia especial. El oyente nocturno es muy fiel, te escucha mientras está cocinando, o a punto de irse a dormir. Y a mí me encanta. Desde niño, de hecho. Mi madre me decía a las 11 ‘Vete a dormir’ y yo me ponía a escuchar la radio en la cama”. ■



Martin Garrix, un fenómeno de 20 años.

La retirada de Avicii de la cabinas marca un cambio generacional en la escena DJ. Se acaba el reinado exclusivo de los adictos al exceso y la ostentación con cachés millonarios, como David Guetta, Steve Aoki o Tiësto. Viene una nueva horda no solo menor de 30 años. Algunos como DJ Fulano apenas cuentan 13.

— **Martin Garrix** —

(20 años) DJ y productor holandés, especializado en electronic dance music y progressive house. Se coló en el mapamundi en 2013 con *Animals*: más de 800 millones de visitas en YouTube. Está considerado como referente talentoso de la nueva generación. Quienes le conocen destacan su carácter solidario, por ejemplo ha pinchando para personas con deficiencia auditiva: se equipó un recinto con altavoces de subgraves para que el público pudiera percibir las bajas frecuencias de la música. Ha impulsado el proyecto Fuck Cancer, que recauda fondos contra la enfermedad. ■■

La pregunta: ¿Cómo va a evolucionar la música electrónica en los próximos años?

Según Israel Méndez, que ha escrito en medios como *Vicious Magazine*, la escena internacional es muy distinta a la de hace cinco años. La denominada EDM [electronic dance music] "ha mutado durante 2016, para bien del género".

Aumenta la variedad, se nota en los escenarios principales de los mejores festivales de electrónica, caso del Ultra Music Festival de Miami, donde hace tres años el big room (una forma de electro house) era el principal protagonista.

En esta última edición, por el escenario principal se ha pinchado desde el tropical house de Kygo, hasta el drum & bass de Pendulum, pasando por el big room de David Guetta o Zedd.

Además, "la música más *underground* está en auge. El Ultra cada vez apuesta más por el género y lo pone en el punto de mira de las grandes masas con escenarios y marcas como Resistance".

Con el otro gran festival internacional, Tomorrowland, pasa lo mismo: "La gente demanda mucha electrónica, *underground* y *mainstream* conviven ante un público con ganas de más".

New kids on the rave

Texto de **Carlos Moral**

El DJ, productor y remezclador valenciano Edu Imbernon asegura que la electrónica "seguirá creciendo exponencialmente, como hasta ahora. Cada vez se suma más gente joven y muchos se interesan por estilos menos comerciales. Sin duda es algo muy bueno para nosotros".

Segunda pregunta: cómo evoluciona ese crecimiento en España. Méndez lo tiene claro: "Durante el último año hemos visto, sobre todo en Madrid, que el crecimiento de las propuestas techno ha sido espectacular, por ejemplo las de NOX Club". "En el gusto *mainstream* sí que nuestra escena cojea", añade.

En lo que a artistas EDM se refiere, "la gente en España solo irá a las fiestas en masa si ven que el DJ es de primera línea. Una pena porque tenemos muy buena oferta, existe una cantera de grandes artistas que merecen ser apoyados aquí para que den el salto internacional".

La actitud es tendencia y diferencia en los nuevos DJs. "He tenido la suerte de entrevistar a muchos jóvenes. Pueden dar la impresión de que la fama les ha superado por la repercusión a su alrededor, pero nada más lejos de la realidad", explica Méndez.

Un ejemplo de ese perfil, tan diferente del divismo DJ en muchas estrellas, es Martin Garrix, quizás el artista más influyente en la actualidad. A pesar de todo lo que ha cosechado con solo 20 años, es una persona con los pies en la tierra, un tipo amable, cercano y habitual de proyectos solidarios.

"Los jóvenes vienen con muchas ganas y los artistas *adultos* se dan cuenta de ello", continúa Méndez. Pero no todo son celos o rivalidad. También se dan casos de cooperación y casi hermanamiento por la causa electrónica. El de Garrix y Tiësto, sin ir más lejos. El primero era un fanático total del segundo con apenas ocho años. Hoy son una máquina a dos de fabricar éxitos.

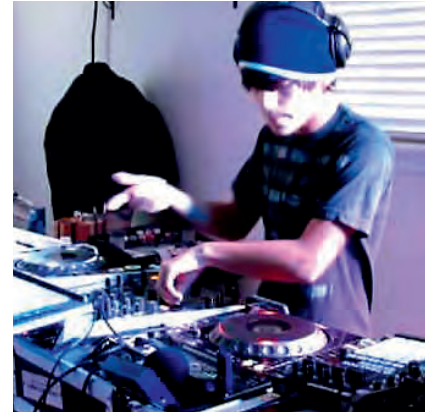
A continuación, una lista de actitudes y perfiles. DJs que arrasan o arrasarán. ■■

Estrellas cada vez más jóvenes: darán que hablar, oír y bailar



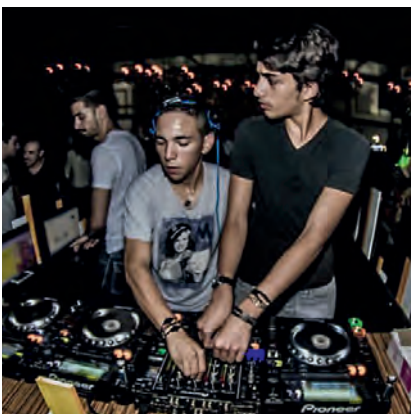
— Skrillex —

(28 años) Californiano, sufrió acoso escolar. Hizo el trayecto del hardcore melódico con sus primeras bandas al electro house y el dubstep con total naturalidad. Jugada maestra: desde 2010 es DJ y productor de referencia a escala global. Ha recibido nueve premios Grammy, participado en los principales festivales de música electrónica, tiene más de seis millones de seguidores en Instagram y forma el dúo Jack Ü con Diplo, otro referente de la electrónica. ■■



— DJ Netstorm —

(17 años) Tejano y casi desconocido, aunque sus apariciones en Internet han dejado a todo el que las ha visto boquiabierto. El equipo que utiliza para crear sus asombrosos sonidos electrónicos es uno de los más sofisticados del panorama. Su tema *Killa Swag Trap Mix* es la prueba. ■■



— The House Bros —

(17 años) Los marroquíes Driss Alami y Maxence Rachou iban juntos a la escuela cuando decidieron poner en marcha The House Bros inspirados en artistas como Swedish House Mafia o David Guetta. Se han hecho bastante populares en Europa y han pinchado en Portugal, Francia, Suecia o Bélgica. En Ibiza han actuado en clubes como Ocean Beach, Blue Marlin o Café Mambo, y en su país natal han llegado a actuar ante 20.000 personas. ■■

**¡BIENVENIDOS
ALA FIESTA!**

WWW.LATRACA.ES



¡AM!

POW!

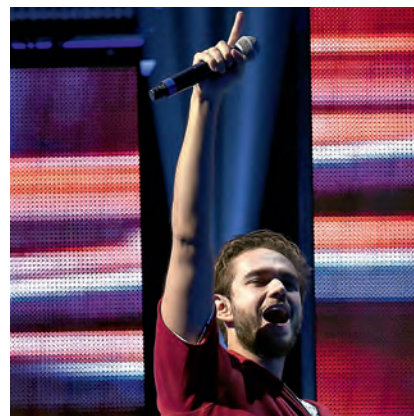
BOOM!

**¡UNA
EXPLOSIÓN,
DE DIVERSIÓN!**



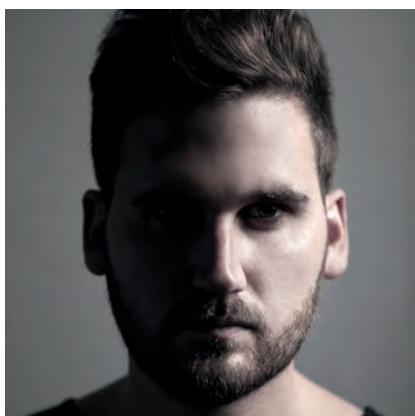
— DJ Fulano —

(13 años) Fulano Librizzi nació en Nueva York en 2003 y creció en el barrio de Harlem escuchando a Stevie Wonder, Nina Simone o A Tribe Called Quest. Con dos años tocaba una batería de juguete y a los cinco su madre le inscribió en una academia para DJs. Cayó rendido ante DJ Cassidy (celebridad estadounidense que ha pinchado ante el mismísimo Obama), quiso ponerse en contacto con él a través de Twitter y cada mañana le enviaba enlaces con sus mezclas. Coincidieron y desde entonces Cassidy es el mentor de Fulano, que se ha convertido en imprescindible de eventos relacionados con la moda, el arte, el deporte o la televisión. **II**



— Zedd —

(27 años) Su verdadero nombre es Anton Zaslavski. De origen ruso y afincado en Alemania, empezó a producir música electrónica en 2008. Desde entonces ha remezclado a artistas como Lady Gaga, Black Eyed Peas o al propio Skrillex. A partir de 2012, conquistó también el difícil mercado americano con su electro-house. Ha sido estrecho colaborador de Justin Bieber, Ariana Grande o Selena Gómez, con la que mantuvo un sonado romance. De educación musical clásica, aprendió a tocar el piano a los cuatro años. Después se pasó a la batería con su grupo de rock Dioramic, antes de arrojarse a la electrónica. **II**



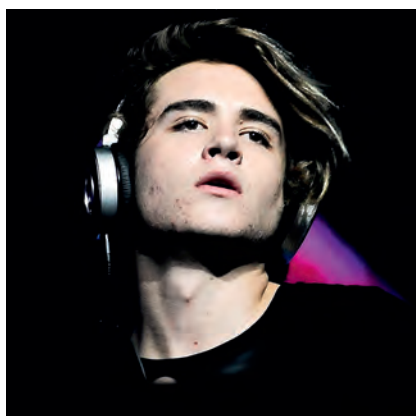
— Edu Imbernon —

(26 años) DJ, productor, remezclador y dueño de dos sellos discográficos, este valenciano es ya una realidad afianzada. En 2008 comenzó su despegue después de haberse fogueado como productor en Berlín. Allí fundó su primer sello discográfico, Eklektisch, por el que han pasado artistas como David August, Hot Since 82 o Pleasure Kraft. Su otro sello, Fayer, cuenta en su catálogo con Jamie Jones, The Martinez Brothers o Tiga. Ha pinchado en los festivales más importantes como Tomorrowland o Coachella, y así define su estilo: "Melódico, sentimental, energético". **II**



— Disclosure —

(22 y 26 años) Dúo de los hermanos Guy y Howard Lawrence, que irrumpió en 2010 con el single *Offline Dexterity*. Su consagración, en 2012, llegó con el tema *Latch*, que les reportó un disco de platino en su Reino Unido natal y el triple platino, más de tres millones de ventas, en EE UU. Han colaborado, entre otros, con Mary J. Blidge y demuestran que el deep house no es solo para un público *underground*, que puede protagonizar festivales no estrictamente electrónicos. ■■



— Danny Ávila —

(21 años) Malagueño, precoz, comenzó a tocar el piano con 7 años y a los 12 decidió que quería ser DJ. Comenzó a pinchar en sesiones *light* de discotecas de Marbella. Se trasladó a Madrid para cumplir su sueño con el apoyo incondicional de su padre. Cuando cumplió 17, ya había pinchado en clubes de Dubai, Moscú o Berlín y en discotecas de Ibiza como Space o Pachá. Fue precisamente en Pachá donde abrió una sesión para Tiësto y dejó prendado al famoso DJ holandés. Tanto que le ofreció compartir nueve bolos más y acompañarle en sus giras por EE UU y Asia. Define su música como electro progressive, aunque también pincha tech house. ■■



Con Reify, cada canción o pieza se puede convertir en una escultura abstracta en 3D: Esta fusión entre un volcán y un macizo coralino es *La cabalgata de las valkirias*, de Wagner.

Huele, cata, mira y toca la música futura

Texto de **Ángel Luis Sucasas**

¿No viste a Michael Jackson en vivo? Sin problema, puedes corear a su holograma en directo. O ver un concierto desde la perspectiva del batería. O palpar la escultura que forma una canción. O escuchar en el móvil la melodía que componen tus latidos.

Is this the real life? / Is this just fantasy?" ("¿Es esto la vida real? ¿Es esto solo una fantasía?). Son dos versos, con ecos del "la vida es sueño y los sueños sueños son" de Calderón, que han marcado la historia de la música. Cinco minutos y 55 segundos en los que el líder de Queen reinventó el rock fusionándolo con la música clásica. Un ejercicio de genio, ironía y experimentación. El clásico es, obvio, *Bohemian Rhapsody* (1975). Pero Freddy Mercury murió el 24 de noviembre de 1991. Quien no pudo verlo sobre el escenario antes de esa fecha, tenía que conformarse con los videoclips.

Hoy, cuando la realidad virtual se vuelve *mainstream*, Mercury resucita para el que tenga un visor de Oculus, Sony, Samsung o Valve. El hechizo que lo trae del pasado al presente se llama *The Bohemian Rhapsody Experience* y la forma en la que resucita el cantante es la animación. Un mundo inventado por un equipo de artistas financiado por Google para recrear la experiencia "del subconsciente de Freddy Mercury".

Resucitar a los muertos es solo uno de los muchos retos que enfrenta la música del futuro. La industria ha vivido dos décadas de terrible crisis y de 1999 a 2015 ha perdido casi la mitad de su facturación, de los 23.660 a los 13.610 millones de euros, según

hermosas, *Bound*, el jugador maneja a una bailarina de fantasía que parece salida de un espectáculo del Circo del Sol, y además en un escenario abstracto que reacciona musical y visualmente a sus movimientos.

Argyriadis cree que el horizonte para la experimentación en este campo es infinito, sobre todo si se personaliza la experiencia: "Cada persona asocia un color diferente a una nota musical. Así que hay dos caminos posibles para recrear mundos musicales en realidad virtual. Uno es sistémico y ofrece una experiencia audiovisual de la canción basada en algoritmos [un programa informático]. Otro es específico e implica la interpretación subjetiva de los autores, las emociones que les hace sentir esta melodía. Creo que esta segunda vía de exploración es la más interesante porque te permite crear obras más personales".

Concebir cada canción como un acontecimiento único no solo cambia el modo en que se escucha y se percibe la canción en sí. El objeto que porta la melodía, el LP, CD o Bluray de toda la vida, también se puede revolucionar. Reify, una *startup* neoyorquina dedicada a la realidad aumentada, lanzó un prototipo como alternativa a los dispositivos físicos de producción en masa. Su idea: esculpir cada canción como una pieza abstracta en

Hologram USA ha resucitado al rapero Tupac Shakur, asesinado en 1996, para dar un concierto junto con Snoop Dogg.

la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI), el colectivo internacional que representa al sector musical. Pero 2016 es el primer año en dos décadas que revierte esa tendencia. Soplan vientos de cambio. Y la tecnología quiere abanderar esta reacción.

Alkis Argyriadis es uno de los revolucionarios. Este músico es responsable de dirigir una de las franquicias más lucrativas del videojuego, con más de 40 millones de copias vendidas: *Just Dance*. Para Argyriadis, tecnologías como la realidad virtual van a reinterpretar cómo vivimos una melodía: "Los experimentos de los setenta con la música cuadrafónica [precursor del dolby surround: cuatro altavoces colocados a 90 grados del escuchante] se pueden recobrar ahora para este nuevo mundo inmersivo. Podemos convertir los sueños de hace 40 años en realidades. Se abre una nueva era para la reinención de la música".

La clave es la sinestesia, fusión de varios sentidos en una misma experiencia. Y los videojuegos parecen la punta de lanza. Cuatro de las experiencias de lanzamiento de PlayStation VR, el visor de realidad virtual de la consola más vendida del mercado, son híbridos entre lo musical y lo narrativo. En una de las más

3D. De tal manera, *La cabalgata de las valquirias*, de Wagner, se convierte en una suerte de fusión entre un volcán y un macizo coralino. En el interior de esta escultura se encuentran el audio, los videoclips y todos los archivos asociados a una edición de lujo. Basta ponerle el móvil delante para leerlo. El proyecto quedó en suspenso tras una fallida campaña de Kickstarter, pero medios como *Wired* demostraron que la idea funcionaba probando un prototipo.

La renovación tecnológica también llega al directo. En 2012, la empresa norteamericana Hologram USA se atrevió a resucitar al rapero Tupac, fallecido el 13 de septiembre de 1996, para dar un concierto conjunto con la estrella Snoop Dogg. La clave, un caro despliegue tecnológico para lograr hologramas realistas. Dos años después, uniéndose a la nómina de resucitados, Michael Jackson también volvía a la vida en la gala de los Billboard Awards gracias a la misma tecnología, aunque con otra empresa, Pulse, artífice del milagro.

Los dilemas morales y jurídicos de exhumar artistas del pasado no son obstáculo suficiente para David Nussbaum, vicepresidente de ventas de Hologram USA: "Sí. Creo que ►



➤ A la izquierda, el **Freddie Mercury** animado de *The Bohemian Rhapsody Experience*.

A la derecha, las Xylobands de **Coldplay** en todo su esplendor. En la otra página, **Michael Jackson** holograma, libre de problemas judiciales.

► tiene mucho sentido resucitar digitalmente celebridades del pasado y que vuelvan a dar conciertos. ¿Por qué? Un holograma permite a un público que no conoce a esa estrella disfrutar de su arte. Cuando hicimos el concierto de Tupac, más de una década después de su muerte, 50.000 personas se descargaron su canción ese día". Dean Martin y Whitney Houston son los siguientes en la lista de esta compañía.

"Todo este tipo de tecnología de la experiencia va *in crescendo*. Hologramas, pulseras de Coldplay [unas *wearables* llamadas Xylobands repartidas por la banda durante su última gira, cuyo color e iluminación se controlaban *in situ*], los drones... Estos añadidos van a seguir creciendo para aumentar la experiencia del concierto en vivo. Pero la más importante me parece la interacción artista-público. La capacidad que dan las redes sociales para conectar, durante el concierto, al artista con el público", explica Robert Grima, presidente de la promotora de conciertos Live Nation España.

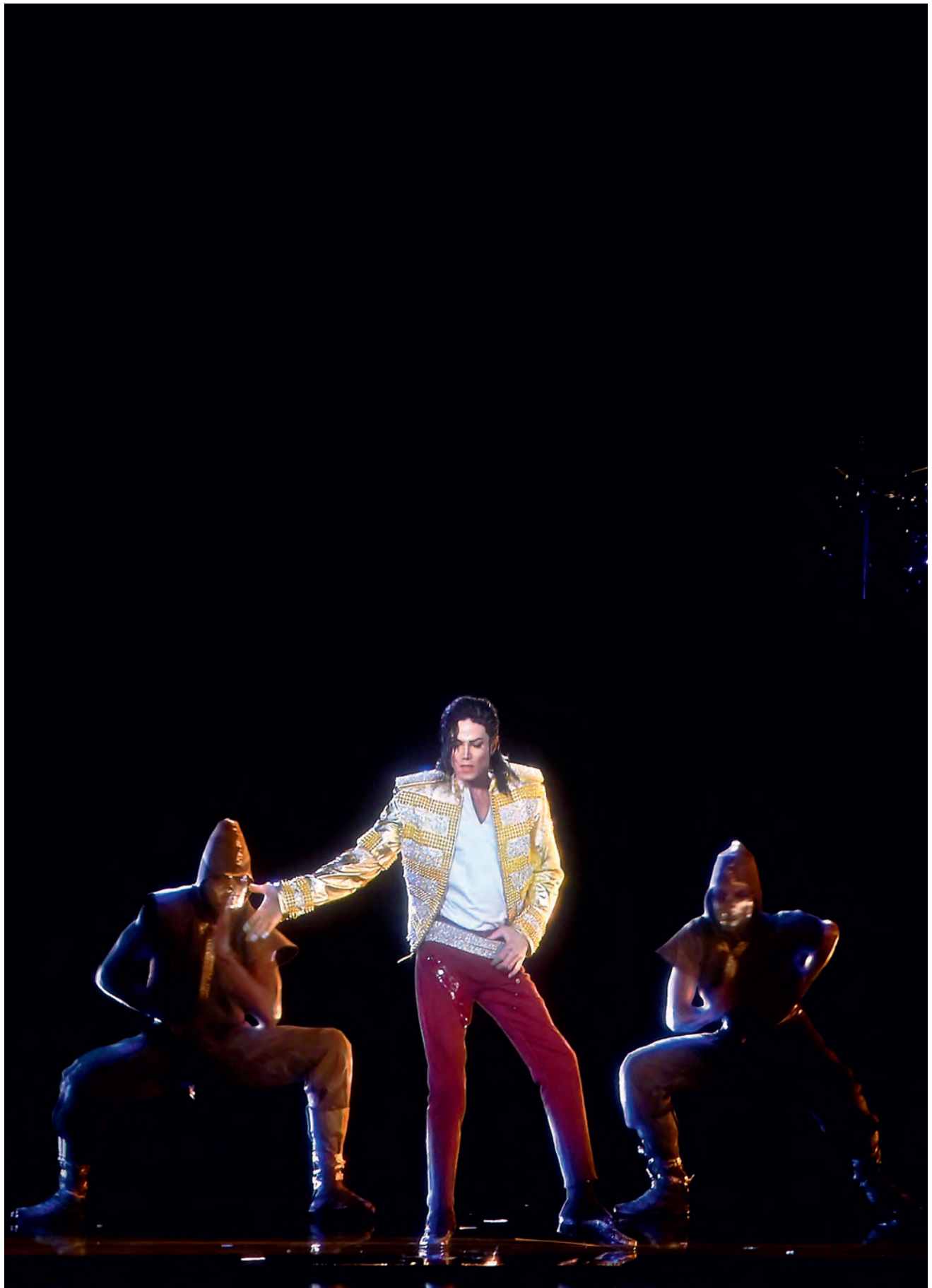
Mientras el concierto en vivo se revoluciona, su retransmisión aprovechará todas las posibilidades tecnológicas para sentir un directo en casa como una experiencia única, solo posible desde la distancia: "Así como la experiencia de un directo no se puede replicar por ningún otro medio, a lo mejor tampoco lo que sientes en realidad virtual se puede vivir en un concierto. Por ejemplo, ver un concierto desde el mástil de una guitarra o como si fueras el batería. En ningún caso creo que la realidad virtual vaya a ser un perjuicio para los directos. Es más, creo que los va a beneficiar y popularizar", añade Robert Grima.

MÚSICA BIOMÉTRICA

La personalización sonora puede llegar al extremo de crear nuevos géneros: la música biométrica que ha soñado Nadeem Kassam, por ejemplo. BioBeats, la empresa de la que es CEO, ha desarrollado una *app* para móviles capaz de traducir la frecuencia cardíaca en una melodía. Su intención es fusionar la vigilancia del bienestar físico con el entretenimiento. "La sanidad necesita una revolución que la haga divertida. Para crear una salud duradera, tenemos que mezclar con ella el entretenimiento", afirmaba este directivo a *Forbes*.

No solo Kassam se dedica a la música biométrica. Briant O'Hara, consultor de B2B Technologies, poeta y escritor de ciencia ficción, se inspiró en una charla de la artista Nathalie Miebach en TED –las conferencias sobre innovación más populares del mundo– para crear un primer prototipo de una tecnología que transforma los datos biométricos en música. La primera prueba de este experimento, que empleó un sensor cardíaco, puede escucharse en soundcloud.com/bryant-ohara, su perfil en la plataforma de *streaming* musical Soundcloud. ■





Getty Images

En el nombre del cambio



TONI SÁNCHEZ

*DIRECTOR DE LOS40
DESDE 2011*

El actual director vive con la misión de llevar el mundo del sonido al de la imagen multiplataforma y multitecnológica. Lleva en su ADN radiofónico una mitad de cantera barcelonesa y otra mitad de locura madrileña. Su carrera es contra el tiempo: la lucha (o el arte) de conseguir que los oyentes mantengan LOS40 como la marca más relevante para descubrir y disfrutar música en todas las pantallas y en todas partes.

Ilustración de **Mauco Sosa**

"Esta maravillosa transformación de LOS40 nos ha quitado arrugas y complejos, nos está devolviendo la fuerza y el vigor de aquellos años de radio en los que todo se podía".

He tenido la enorme suerte de formar parte de esta gran familia que son LOS40. La suerte no sólo es trabajar sino hacerlo en distintas épocas, y sin duda me quedo con las de la abundancia creativa, de explosión musical, de unos valores artísticos que hoy cuesta encontrar.

Corría el año olímpico cuando arranqué mi andadura en Los 40 Principales de Barcelona. Pisar aquel edificio de la calle Caspe era mucho más que ir a trabajar. Los que nos dedicamos al oficio radiofónico sabemos que Radio Barcelona fue la primera licencia radiofónica de la historia en España. La leyenda rezaba en un cartel grande en la entrada que cada día te recordaba ese importante compromiso de pertenencia... Ser y Estar en la EAJ-1.

En LOS40 de Barcelona aprendí el oficio y el respeto que se debe tener al micrófono y a lo que representa, y es allí donde enseguida entendí a lo que me quería dedicar: aplicar mi imaginación y creatividad y ponerla al servicio de una marca tan poderosa como LOS40. Recuerdo que además de presentar los *hits* más actuales también pude producir un buen número de programas para la cadena de radio que cumple 50 años: *40 años de pop*, *El top de Europa*... En Barcelona y en esa estación es cuando empiezo a conocer a los primeros artistas y la industria discográfica que hoy pasa por momentos no tan boyantes. Hoy alguno de esos *promocioneros* están ocupando las presidencias de las multinacionales disqueras de España.

A mi llegada a Madrid en el 96 pude comprobar otros ritmos de este negocio, todo más eléctrico, más frenético y también en el fondo mucho más complejo. Esa vida profesional más orientada a la gestión es la que hoy todavía manejo siendo, en este caso, el quinto director de LOS40. Un orgullo y una responsabilidad que me gusta compartir con mi equipo de colaboradores.

Hoy escucho *Lo+40*, un programa que yo mismo presenté hace más de 15 años y lo aplaudo porque se ve evolucionado y muy divertido con Xavi Martínez y Gema Hurtado. Tony Aguilar vive sus momentos más dulces recogiendo hasta un merecido Ondas. Con Uri Sàbat jugamos a investigar en nuevos formatos de radio como *Radio tubers*. Dani Mateo es el mago del entretenimiento multiformato en *Yu: no te pierdas nada*, Luis López nos marca bpm desde *World Dance Music*, Arturo Paniagua nos ejercita la mente con música de vanguardia en *LOS40 Trending* y Dani Moreno y Cristina Boscá madrugan para defender cada mañana el liderato en la dura batalla de los *morning show* con *Anda Ya*.

Así es nuestro día a día en la radio y a ello debemos sumar que la música de LOS40 sigue siendo la columna que aguanta y ordena todo. Mis antecesores al mando, Rafa, Luis, Javier y Jaume, sostienen que la música y sus presentadores fueron el gran secreto del éxito y yo lo corroboro. Hoy Óscar Martínez, Jorge Sánchez, David Álvarez, Félix Castillo y el resto de locutores locales y regionales mantienen viva la llama. Gracias a ellos, LOS40 siguen siendo el lugar aspiracional y de referencia al que quieren llegar los chavales que se dedican a la radio musical.

Es bonito recordar, pero es mucho más fascinante ir adivinando el futuro.

Estamos trabajando para ser eternos. Ser el líder durante 50 años es un logro al alcance de poquitos, no lo han conseguido todavía ni los poderosos Google, Apple o Microsoft. No debemos dormirnos, en el punto de mira están los logros venideros, no estancarnos en la cómoda complacencia, no olvidar que somos

una radio musical en origen y esencia pero pensemos que nuestra marca también debe representar los valores globales del entretenimiento musical diverso. Tenemos que ser más que una radio... Hoy en día no creo que luchemos por conseguir más oyentes sino por el tiempo de los mismos. Ese es el verdadero reto que tenemos ante nosotros como medio. El usuario consumidor de ocio y entretenimiento se siente abrumado ante tanta oferta y en un ejercicio de selección escoge lo mejor, lo auténtico, lo más divertido. Nuestro trabajo consiste en ser ese medio en el que el usuario se sienta cómodo y esté con nosotros el mayor tiempo posible.

En España, igual que en otros mercados internacionales, el negocio radiofónico musical se ha diseccionado y convertido en un mundo de nichos. Radios exclusivas de rock, de reguetón, de música cantada en español y otras de sonidos electrónicos inun-

dan la banda de FM y este nuevo escenario deja a LOS40 como la emisora que pone los éxitos más populares de todos esos estilos, una radio que sigue siendo la referencia en prescripción musical y que es seguida por otras con menor riesgo programático. La fuerza de LOS40 y el gran secreto de esta marca sigue siendo eso, ser los primeros en apostar por nuevas bandas y artistas y hacerlo sin miedo a equivocarnos porque entendemos la equivocación como parte del juego.

Los últimos 10 años de radio musical en España han estado marcados por la impronta de las consultoras y la investigación que determinan los gustos musicales del oyente. Este proceso frenó en parte las dotes creativas y artísticas, pero en LOS40 estamos dispuestos a lo que sea para que ese talento resurja. Para nosotros no es un deseo, es una obligación. La obligación del líder.

El futuro de la radio lo imagino sujeto a la tecnología que vayamos inventando. Está claro que mis hijas de cuatro años no entenderán la radio como nosotros. Las nuevas generaciones ven los medios como un vehículo transmisor de entretenimiento y en ello es en lo que debemos estrujarnos el cerebro. Si todos van a poder tener las herramientas apropiadas para hacer radio, es ahora cuando más importará poseer una buena marca que aporte los contenidos más interesantes y que además los presente de manera inteligente en los distintos canales de distribución. Ser responsivos es ya una exigencia y una demanda del consumidor que no quiere perder su preciado tiempo. Tenemos que saber qué quiere el oyente y dárselo, sólo así nos dará su tiempo.

Con la llegada de Eva Cebrián a la Dirección de las Cadenas Musicales de PRISA Radio hemos visto crecer todos estos aspectos que comento. La visión multiformato y multimedia en general hacen que observemos la radio como algo superior, un pozo del que puede emanar todavía mucha sabiduría.

Nos hallamos inmersos en esta maravillosa transformación de LOS40 y es algo que nos ha hecho quitarnos arrugas y complejos y nos está devolviendo la fuerza y el vigor de "aquellos maravillosos años" de radio en los que todo se podía: traer a artistas tan grandes como Justin Bieber a la radio, montar los eventos más espectaculares, concursos de ensueño y la constante inspiración de vida que es programar la mejor música, la que nos emociona... A por los siguientes 50 de LOS40... *Music inspires life*. ■

**"Ser el líder
durante
50 años
no lo han
conseguido
ni Google,
Apple o
Microsoft"**

50 años en la vanguardia



— **AUGUSTO DELKÁDER** —
PRESIDENTE DE PRISA RADIO

A principios de la década de los sesenta un impetuoso ministro de Información y Turismo impulsó a los radiodifusores de la época la asunción de una licencia de Frecuencia Modulada. Obligatoriamente, si no querían perder su emisora de Onda Media.

Fraga había comprobado en EE UU los avances que suponían el transistor y la nueva modalidad de difusión de la radio y no dudó en imponer por decreto el progreso a un sector que estaba satisfecho con sus radionovelas, con sus programas de variedades y concursos que mitigaban las penurias y la cutrez de la vida social española.

La revolución que las innovaciones tecnológicas de Arsmtrong y Bardeen supusieron para la radio provocó un lento pero profundo cataclismo en las programaciones que ha durado hasta nuestros días. Fundamentalmente, la audiencia pasó de ser colectiva, en familia y en casa, a ser un consumo individual, portable e itinerante.

La radio musical había comenzado sus balbuceos en la Onda Media con *Discomanía*, de Raul Matas, pero sería ahora cuando las empresas, obligadas por las autoridades, tuvieron que dejar de repicar los programas hablados en la FM por otros diferentes.

La SER contaba con un embrión en sus programas de *El Gran Musical* y desde 1966 con Los 40 Principales. Un grupo de jóvenes profesionales, Mariano de la Banda, Miguel de los Santos, Rafael Revert, José María Íñigo, Pepe Cañaveras, Pepe Domingo Castaño o Constantino Romero, liderados por Tomás Martín Blanco, realizaron el prodigio de crear una emisora que 50 años después sigue siendo líder indiscutible de la radio musical española.

Con pocos medios y considerado como un género menor, comenzó la andadura del formato radiofónico musical, abriendo las ventanas de la juventud al mundo, haciendo de la música un universo de comunicación y relación para un oyente interactivo que seleccionaba sus éxitos, construía sus propios mitos y creaba sus ídolos.

La música española no puede entenderse sin el fenómeno de Los 40 Principales, que constituye una plataforma para su desarrollo, innovación permanente y descubrimiento de nuevos talentos. LOS40 han ido consagrando y difundiendo los grandes éxitos de la música española y estos entronizaron a la emisora como un medio de comunicación global y hegemónico en los segmentos más jóvenes de población.

El universo 40 se encuentra hoy desarrollado y extendido en el mundo, enfrentado a los retos de la era digital, y encara la realidad con el espíritu de innovación y cambio continuo que sus pioneros introdujeron en su ADN.

Hoy, por tanto, continúa la historia de éxito de la radio que comenzara a escribirse en la década de los sesenta y que se proyecta en este siglo XXI con mayor fuerza y vigor. La música de los éxitos nunca muere, los personajes de las bandas se suceden y los dispositivos de difusión se revolucionan, pero LOS40 ahí están para contarlos y, sobre todo, para vivirlos. ■

DESCUBRE LA NUEVA CÁPSULA TOTAL



Quitamanchas
Activo

Detergente
Concentrado

TODO **EL PODER DE DIXAN**
AHORA, TODAVÍA **MÁS INTELIGENTE**



Go Further

Ford

NUEVA GAMA ST-LINE



Gama Ford ST Line consumo combustible combinado de 3,6 a 6,3 l/100 km. Emisiones de CO₂ de 95 a 148 g/km.